1个小记号
+
一个任务
=
1个子弹



子弹笔记术

Bullet Journal

用子弹笔记理清思路，
让工作不再事倍功半！

★ 把工作效率
提高10倍的
超级笔记本







超簡条書き
「10倍速く、魅力的に」
伝える技術



[日] 杉野幹人 著

许诗雨 译



版权信息

书名:子弹笔记术

作者:[日]杉野干人

译者:许诗雨

ISBN:9787508676791

中信出版集团制作发行

● 写在前面
用子弹笔记改变人生

“刚刚你说的这段，能用分项记述的形式写下来吗？”

我与学生或者年轻的职场人士交谈的时候，偶尔会遇到这样一种情况。对方说的这段话逻辑十分顺畅、用词也十分精准，我却无法理解他想表达的内容。但是如果他使用分项记述的形式来表达的话，我为什么没能理解的答案就会自然而然地浮出水面了。

如果信息表达者使用分项记述来阐述，信息接收者就能够一目了然地看到结论，了解在得出结论前逻辑上含混不清的部分。

我曾在美国硅谷担任外资企业的顾问，和身处全球商业最前线的人们一起工作。我也曾在INSEAD（英士国际商学院）的MBA（工商管理硕士）课程里，与来自全世界60多个国家的下一代领导者们一起学习。得缘于此，我认识了很多极为擅长表达自己想法的人。

他们有一个共同点，就是非常擅长使用分项记述进行表达。

分项记述是在全世界范围内和英语、会计、逻辑思维一样被推崇和追求的技能。当然在别的国家和地区它并不被叫作“分项记述”，它的国际通用名称是“子弹笔记”（Bullet Points）。子弹笔记在世界各地被广泛使用。

我认识的硅谷创业者们，在企划案的第一页和最后一页有效地利用着子弹笔记。这两个地方，是整个企划案中最关键的地方。在号称“世界竞争第一激烈”的硅谷，创业者们通过子弹笔记将目的和结论

简短且富有魅力地表达出来，这使得他们能在极短的时间内打动投资者和员工。

与此形成鲜明对比的是日本的职场人士所写的企划案。这些企划案无比冗长、没有清晰的目的和结论。它们无视观看者的感受，无法传达有效信息。

也许很多人认为企划案就应该是许多堆叠在一起的彩色图片和表格，其实不然。比起图片和表格，“语言”更能够打动人心。不仅演讲是这样，其他事情也是如此。子弹笔记有着能够简短、富有魅力地总结表述的优点。正是这一优点，使它成为企划案成功的关键。

各种外资企业的顾问也将子弹笔记当作自己强有力的武器。在越想将自己的想法简短有力地传达给经营者、让他们按照自己的想法去行动的时候，顾问们就越会选择子弹笔记而不是图表来进行表达。

各大商学院的学生们也选择用子弹笔记来表达。在英士国际商学院的工商管理硕士课程中，老师会要求学生们上交简历然后将其转交给招聘企业。他们要写的简历并不是日本那种表格式的简历。这个简历要用子弹笔记的形式来写。学生通过子弹笔记将自己的优势简短有力地传达给招聘企业，以此来打动对方。

在世界经济的最前沿，子弹笔记作为一种简短且富有魅力的表达工具被选择并广泛使用。它的使用并不局限于演讲这一场景，在写企划案、报告书的时候，在写邮件的时候，在写会议备忘录的时候，在开简短会议的时候都会用到。可以说，能够简短且富有魅力地表达的子弹笔记可以被应用于所有商务办公场景。

这些子弹笔记有着共通的写作技巧，就算只有几行也需要进行精细的加工。能够简短且富有魅力地表达，同时还能够打动人心的子弹笔记，被我们称为“超级笔记术·子弹笔记”。

本书的目的就是为你讲解这个超级笔记术的精髓。

我们将要迎来的是一个信息量过大的社会。

信息量不足曾经是导致社会发展缓慢的瓶颈，但是从今往后将不再是这样。随着信息技术的快速发展，将会有数量庞大到远远超出人类信息处理能力的信息不断流通。

在这个信息爆炸的时代，信息太过丰富代表着用大段文字来表达的价值正在逐渐降低，同时也意味着简短且富有魅力地表达，即对信息进行甄选、将信息总量减少的表达的价值正在逐步提高。这与发布新闻的网站数量越多，那些对新闻进行归纳总结的汇总网站就越有人气是一个道理。

子弹笔记才是在这个信息爆炸的时代里最强的生存技能。

但是，由于各种各样的原因，子弹笔记尚未被人们很好地掌握。子弹笔记本来是需要精细加工的，但是却被当作单纯的文字罗列来使用。

而且无论是学校还是企业，没有人在教你如何正确高效地使用子弹笔记——这种看似十分普通实则非常强大的技能。很多人没有注意到子弹笔记拥有的潜力，仍然无视信息接收者的感受，使用毕业典礼上的来宾致辞那样的大段文字来进行表达。

他们因这样的表达被信息接收者批评，在信息接收者心中留下了不好的印象。

那些认为“不就是子弹笔记嘛”的人将因为不会使用子弹笔记而错失良机，最终懊悔不已。

短短数行的子弹笔记将会改变你的明天。

接下来，就让我们一起练习掌握“超级笔记术·子弹笔记”吧。

1
子弹笔记，让你的工作事半功倍

● 高效能人士的首选笔记术

外资企业的咨询会议资料的第一页会有什么呢？十有八九不会是图片或者表格，而是子弹笔记。

为什么偏偏是子弹笔记呢?

咨询会议面向的群体大多是企业的经营者。他们工作繁忙，没有太多的时间来参与商议。因此相对于根据图表来阐述背景、进行分析的报告，他们更想要能够使他们快速理解关键点的报告。这时作为顾问，必须要将关键点在最短的时间里清晰有力地传达给经营者们。在这种情况下被选中的表达手段，就是子弹笔记。

正因为子弹笔记十分重要，决定着会议目标能否实现，顾问们通常不会将它交给一个新人来写，而是由团队的负责人来完成这项工作。

对外资企业的顾问们来说，子弹笔记可以说是比图表更基础也更重要的技能。

● 小调整带来大改变

如此说来，子弹笔记有哪些功能呢？

我们来对比一下在对牛肉盖浇饭进行宣传时，子弹笔记和全面记述有何不同。

对比牛肉盖浇饭宣传语

全面记述

连锁快餐店里的牛肉盖浇饭价格低廉，对大部分消费者来说，牛肉盖浇饭是能够轻松购买的食物。正因如此，即使是像学生这种没有太多预算的消费者也能够轻松地进店购买牛肉盖浇饭。而且连锁快餐店的牛肉盖浇饭制作时间较短，这让工作安排紧凑、午餐时间较短的人能够毫无顾虑地用餐。对于带小孩出门吃饭的家庭来说，因为小孩子难以长时间排队等餐，所以牛肉盖浇饭是他们非常不错的选择。连锁快餐店的牛肉盖浇饭十分美味，顾客多次购买品尝也不会厌烦，早上吃过之后晚饭时还能再次购买。



子弹笔记

连锁快餐店的牛肉盖浇饭的优点有三个：

1.价格低

2.速度快

3.味道佳

我们可以一目了然地看出，一方面，全面记述的信息量很大，解释说明也非常周到。

但是从另一个方面来看，全面记述因为信息量太大，导致读者觉得记述文字过于无趣，不想读到最后。而子弹笔记则十分简洁明了，读者能够立刻读完并理解。

换句话说，信息量的减少使处理这些信息成了轻松的事情。

我认为，能将那种满是文字的全面记述读到最后的人应该不多，但是几乎所有人都能在极短的时间内将子弹笔记读完。

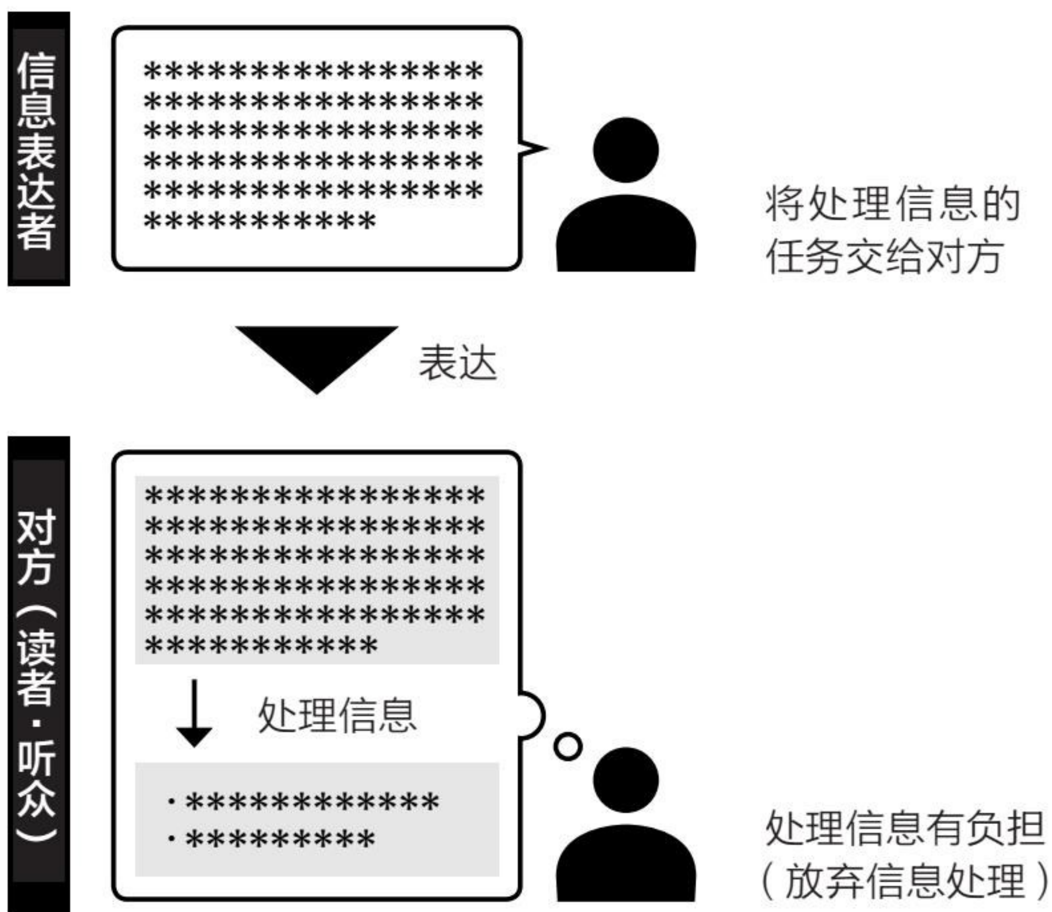
子弹笔记有着减轻读者和听众处理信息的负担的能力，而且能够将想要表达的事情准确快速地传达。

正因如此，子弹笔记能够轻松打动对你讲述的事情原本并无兴趣的人，让他们把注意力转到你身上。

● 易于传达的信息才是有效信息

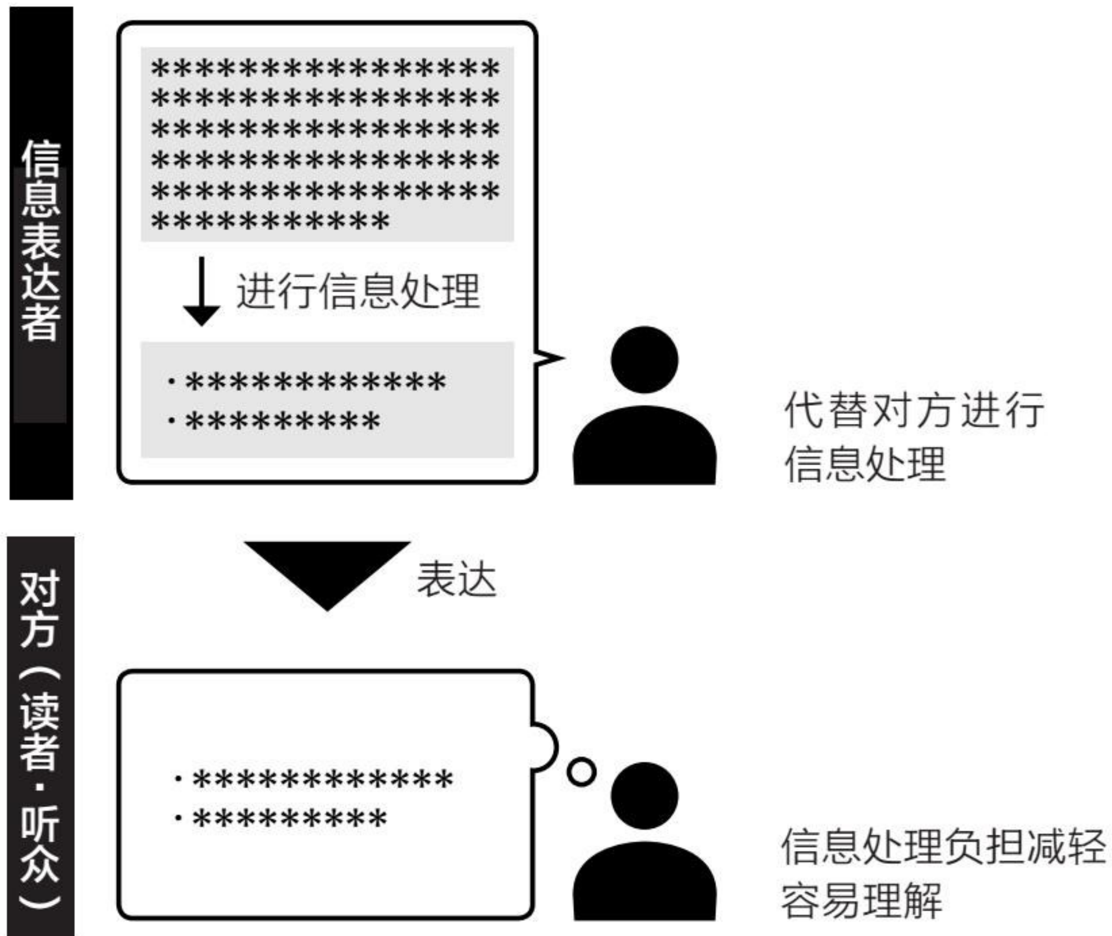
相比于全面记述，子弹笔记的字数较少，也就是说，信息量较少。如果只考虑能向对方传达多少信息的话，全面记述要优于子弹笔记。但正是因为全面记述的信息量太大，导致对方难以处理完这些信息，换言之，对方可能还没有读完就已经放弃了。又或是信息接收者对信息处理得不够完整，这可能会导致信息虽然传递到了，但是没能传递真正想要表达的含义这种情况的发生。

在用全面记述表达时信息处理的流程



与此相对应，只考虑能够向对方传达的信息量的话，子弹笔记要差于全面记述。但是用子弹笔记来表达就相当于将本来应该由信息接收者处理的信息，转由表达者来进行简化总结，即由信息表达者代为处理信息。这样一来，对接收者来说，处理这些信息就变得非常轻松，表达者也能够更加准确到位地传达相关信息。

在用子弹笔记表达时信息处理的流程



我用做饭来打个比方可能会更加容易理解。

用全面记述来表达，就好比是将肉和蔬菜等食材在毫无加工的情况下交给客人。对客人来讲，处理这些食材是非常痛苦的。他们可能会将这些食材做成一道不好吃的菜，或者因为太过麻烦干脆放弃做菜。

而用子弹笔记来表达就像是主厨将肉和蔬菜等食材都准备好，然后把它们做成客人能够轻松品尝的菜肴，客人只要将精力集中在品尝美食上就好了。

那么问题又来了。要将信息量减少到对方能够轻松处理的程度，文字究竟要多短才合适呢?

我们思考一下前文讲的牛肉盖浇饭的例子。

全面记述用了209个字，子弹笔记用了26个字。如果将全面记述改成子弹笔记，字数将会变为原先的1/10左右。子弹笔记就是能这样简短有力地表达。

我再强调一下重点，子弹笔记的优势是减轻读者和听众处理信息的负担。即使信息接收者是十分忙碌的人，或者是对表达者的讲述并无兴趣的人，用子弹笔记都可以将信息轻松传达给对方。正是因为易于传达，子弹笔记才能够打动对方。

子弹笔记并不是单纯的写作工具，而是为了打动人心而存在的信息处理方式。

● 为不同场景选择恰当的表达方式

我们在了解子弹笔记的优势之后，就应该能够明白什么场景适合使用子弹笔记，什么场景不适合使用子弹笔记了。

在表达者不想让接收者花费时间处理信息的场合，适合用子弹笔记。最典型的例子就是向上司汇报工作这一场景。

在对方对你要表达的内容并没有什么兴趣时，使用子弹笔记也非常有效。比如进行商品推销的时候，就适合使用子弹笔记。

企业的管理顾问经常会说："无论什么都能够用三个要点来概括。"在这里"三"这个数字并不重要，总结成两点或四点也是可以的。重点在于概括。概括是指将长篇大论变成短小精练的子弹笔记。企业管理顾问经常面对的是时间有限的企业经营者，所以能够减少接收方信息处理负担的子弹笔记，是最适合他们的表达方式。

当然，也有很多时候不适合用子弹笔记去表达。在对信息接收方来说处理信息并不是负担的时候，比起使用子弹笔记，全面记述更为合适。比如，信息接收者热衷学习且时间充裕，当他积极地听你的讲述或阅读你的文章时，信息量丰富的全面记述就更适合表达，也更能够将你的想法传递给对方。

对于想要学以致用的人更应该采用全面记述，你可以花费时间认真地向他进行解释说明。

子弹笔记与全面记述绝不是单纯的对立关系。我们只是根据面对的人和场景的不同来灵活选择使用它们。

● 子弹笔记决定了别人对你的评价

子弹笔记既可以打动人心，也能够决定别人对你的评价。我想你看到这句话时，心里可能会想“不是吧”，但这就是事实。

假如碰到了一个紧急事件，你需要给上司发邮件、提交报告。这时如果你从头到尾都采用全面记述的话，你的上司会有何感受？通常情况下，他不会读到最后。他只会浏览一下，或干脆告诉你“给我总结成要点”。

商务活动对办事效率的要求很高。越是身居高层、注重成果的人，就越是珍视时间。所以，他们对不尊重别人时间的人非常反感。

事实上，对企业经营者来说，不管这是一份内容多么优秀的企划案，如果不在开头把要点清晰罗列出来，他们很可能会对这份企划案感到厌烦，甚至在中途就打断你的讲解。如果你在时间紧迫的情况下还不断重复这种效率低下的行为，会直接导致别人对你的评价变差，认为你是个无能的人。

子弹笔记的影响力不仅限于日常工作。在应聘时，招聘人员也会根据应聘者提交的应聘申请表和简历中的子弹笔记，来判断应聘者的能力。如果子弹笔记写得不好，他就可能会对应聘者产生偏见，认为这个人会因为表达能力太差而难以沟通。

只是表达方法的不同，就能够影响一个人的未来。

工作繁忙的上司、经营者和招聘人员可能在有意无意地按照同一个标准去判断别人的能力。这个标准就是“能否很好地使用子弹笔

记”。子弹笔记是靠简短有力的表达来打动对方，所以这种判断标准有其合理性。如果一个人能够很好地掌握子弹笔记这种高效率的表达方式，就意味着这个人的工作效率较高，能够迅速在工作中做出成绩。

几行子弹笔记就能决定别人对你的评价好坏。正因如此，如果你能将子弹笔记用到极致，使之成为陪你征战世界的武器，你一定会前途无量。

● 用好子弹笔记这把双刃剑

尽管子弹笔记能够将你想要传达的东西以简短有力的形式表达出来，进而打动对方并决定对方对你的评价。可直到今天，日本人还在轻视子弹笔记，没能充分利用这一强大工具。我想，其中最大的原因是为了规避风险。

在那些必须要传达的信息中，大多数是对信息接收者来说非常痛苦的内容，比如“你需要做的是○○”，“这里最好改成△△”。正因为忠言逆耳利于行，我们才更要把这些信息传达给对方。

如果使用子弹笔记来表达，这些逆耳忠言的确能够传达给对方，但是在某种程度上，会出现话说得太过了的问题。因此在使用子弹笔记时，破坏对方心情、导致关系变差的风险很高。但是即使你要传达的是对方讨厌的内容，只要对对方来说有必要、能够使其变得更好，我们就应该告诉他，哪怕这会让双方在接下来的一段时间内关系变差。

在很多国家，人们都是这样做的。但是直到今天，日本人也很难做到坦率表达。

● 学会“对事不对人”

英士国际商学院的工商管理硕士课程里有很多有趣的内容。我选修的国际商务课程便是如此。我们每个人都拥有自己的价值观，并习惯于根据自己国家或地区的固有观念进行思考。这门课程则让我们暂时放下这些固有观念，重新学习世界各个国家和地区的市场特点和商业习惯等知识。

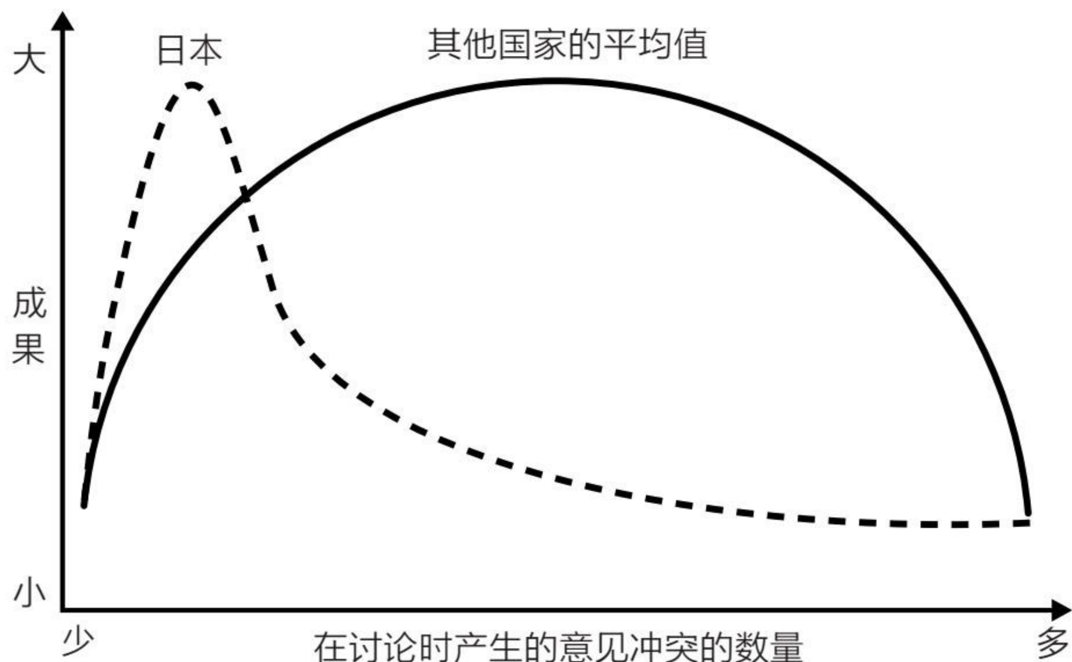
在学习这门课程的过程中，课堂气氛在大家观看一个动画后达到了顶峰。这个动画的场景是一个全球性的公司。这个公司有来自美国、中国、日本等各个国家的员工，他们聚在一起开一个紧急会议。主讲教授让我们这些同样来自世界各地的学生们在看完动画之后进行讨论。

动画里有一点让我印象深刻：其他每个国家都只有一个代表参加会议，但日本是两个代表共同参加。其中一个代表是看上去很了不起，但不会说英语又上了年纪的上司，另一个代表则是年轻谨慎、会说英语的下属。日本的两个代表在面对紧急事件时，无论其他人给出什么建议或提案，他们都不能当场做出决定，只是笑着回答“关于这一点我们回去会进行商讨的”。

在看完动画之后，主讲教授、跟日本企业有过商业往来的其他国家的学生和我，一起讨论了日本与其他国家在商业习惯方面的不同。

大家讨论过后，在白板上画出了总结图，这个图至今仍让我印象深刻。

成果和产生的意见冲突的数量之间的关系



在日本之外的其他国家，讨论时适当的意见冲突更容易产生成果。可是在日本，只有少量的意见冲突是被允许的，超出这个尺度的意见交锋反而会适得其反。也就是说，在日本，如果将信息接收者不喜欢的内容太过坦诚地表达出来，事情往往会不了了之。

该课程的主讲教授将这种情况归因于日本人更容易认为对他人意见的评价与对他人人格的评价是一致的。

如果在讨论问题的时候不停地否定他人意见，会导致什么结果呢？在日本，意见被否定的人会产生自己被否定了的感觉，继而会对这个否定自己意见的人敬而远之。因此，在日本，直率地表达意见一般是不受欢迎的，也很难得出成果。

当然，这个结论并不是绝对的，要具体问题具体分析。

但是大体上来看，在日本式的交流环境下，坦率地表达自己的意见往往是不受欢迎的。

● 与时代共舞

在这种不能坦率表达自己意见的社会里，在某些场合使用子弹笔记的确会出现话说得太过的问题。因此，日本人不喜欢使用子弹笔记在某种程度上有其自身的合理性。

但是现在时代不同了。近年来，大数据、人工智能等流行概念反映出的，是人们的信息处理能力远远应对不了庞大的信息量这一时代特征。在这种情况下，能够处理大量信息的技术备受关注。同时，不使用人力或机器，就能进行自主学习和信息处理的技术更是为世人瞩目。处理大量信息是我们必然要面对的问题。

在这个信息量过于庞大的社会，用大段文字进行表达的价值正在逐步降低，而简短且富有魅力的表达方式（对信息进行甄选、缩小信息总量）的价值则越来越高。

子弹笔记作为一种信息传递技术，可谓信息爆炸时代最强的生存技能。

● 化腐朽为神奇的超级笔记术

一直以来，日本人没能很好地掌握子弹笔记术，很多人还停留在将想要表达的东西罗列出来的阶段。这个阶段的表述虽然形式上是子弹笔记，但其实只是减少了信息量，仍无法很好地传达信息。

与此完全相反的是那种简短且富有魅力的表达方式，也就是能够打动人心的子弹笔记，本书称其为“超级笔记术·子弹笔记”。

“超级笔记术·子弹笔记”与普通的子弹笔记有何不同呢?

普通的子弹笔记只是将要传达的内容罗列出来，而“超级笔记术·子弹笔记”则在此基础上，加了三个技术性要素。

这三个技术性要素分别是条理化、剧情化和信息化。

子弹笔记的三个技术性要素

条理化	让对方能够立刻了解子弹笔记想要表达什么。
剧情化	让对方能够保持兴趣，将子弹笔记读到最后。
信息化	用子弹笔记打动对方的内心，让对方行动起来。

条理化就是将子弹笔记变得让信息接收者能够立刻了解你想要表达什么。无论你的内容多么优秀，如果不能让对方迅速了解整体架构，就不会让人产生想要读下去的欲望。一旦子弹笔记被信息接收者忽视，那么一切努力就前功尽弃了。为了让子弹笔记条理化，你需要将想要表达的内容按照主干和分支整理好。

剧情化就是让信息接收者有兴趣一口气将子弹笔记读到最后。即使信息接收者有兴趣读你的子弹笔记，但如果他没能被内容吸引，中途放弃阅读的话，你想要表达的信息还是无法成功地传达给他。为了让信息接收者兴致勃勃地读到最后，你应该参考对方的思考模式来整理子弹笔记的顺序。

信息化就是使子弹笔记拥有能够打动信息接收者的力量，让他按照你的想法行动。即使对方读完了你的子弹笔记，如果你想要传达的信息没能清晰有力地传达，就只是将信息传递到了信息接收者的手边，而不是心里。

为了让子弹笔记能够打动对方，你需要不断磨练自己的书写能力。

接下来，就让我们进行关于“超级笔记术·子弹笔记”的条理化、剧情化、信息化训练吧。

2
条理化，
打好子弹笔记的逻辑基础

● 没有整理过的信息都是无效信息

“超级笔记术·子弹笔记”的第一要素是内容的条理化。

我们以刚刚进入公司的新人小A的子弹笔记为例。小A将上次营业小组的会议内容以子弹笔记的形式通过邮件向上司汇报。

不合格的子弹笔记：没有进行内容整理

- 营业部门人员不足。
- 市场上存在竞争力很强的同类型产品，竞争十分激烈。
- 客户服务中心的询问应答训练跟不上。
- 营业部工作人员在特殊时期增加了。
- 除此之外的事情将由营业部在经营会议上向大家报告并征求解决方案。

因为上司工作繁忙，几乎不会看用全面记述写的邮件，所以小A将邮件改成了子弹笔记的形式。但是这个子弹笔记是不是也有问题呢?

这封邮件里写的是小A想要向上司汇报的内容，每一个句子都非常简单易懂。既然采用了子弹笔记的形式，上司读起来是不是会轻松很多呢?

从整体来看，这份子弹笔记无法让人迅速抓住重点。

这个会议究竟就什么问题进行了讨论，又做出了什么决策？这些内容与上司有什么关系？汇报的关键点是什么？邮件里总共写了5条，这些全部都是关键点吗？如果是这样的话，这5个关键点又与上司有怎样的关系呢?

上司简单地浏览邮件之后，并不能了解这次会议的整体情况。

如果上司是在很累的时候看到这封邮件，估计他心里会想“怎么会有人给我发这么难懂的邮件”，并且很可能会忽略这封邮件。在更严重的情况下，他可能会觉得发这封邮件的员工做事不会找窍门，对小A的印象也因此变差。

上司的工作很忙，他不会专门腾出时间来处理这种让人难以理解的邮件。换句话说，对上司来说，再也没有比这种让自己花费时间去处理信息的下属更麻烦的了。发这样的邮件给上司，除了招来一顿批评，不会有其他任何作用。

还是同样的内容，如果小A按照下文的形式来写子弹笔记，结果会怎么样?

被条理化的子弹笔记

● 会议讨论了三个问题

· 营业部门人员不足。

· 市场上存在竞争力很强的同类型产品，竞争十分激烈。

· 客户服务中心的询问应答训练跟不上。

● 做出了两个对应决策

· 在一定时期内，从市场部调动人员来协助营业部。

·除此之外的事情将由营业部在经营会议上向大家报告并征求解决方案。

这份子弹笔记传递的信息关键点清晰，一眼看过去就能轻松理解，上司应该也会认真阅读。

这两个子弹笔记的差别就在于有没有按照条理化的要求来写。

接下来，就让我们按照顺序学习一下如何让子弹笔记变得条理化吧。

● 让对方一看就懂的子弹笔记

小A第一份子弹笔记的问题在于没有实现条理化。

条理化就是通过整理子弹笔记，让信息接收者能够立刻了解你想要表达什么。无论内容多么优秀，如果接收者无法立刻了解你想要表达什么，就不会产生读下去的欲望，我们也就无法向其传达任何信息。

那我们应该如何实现条理化呢？我们要做的并不是单纯地罗列内容，而是要让每一个句子的排列都有意义。

简单来讲，条理化就是将想要传递给对方的内容当作主干，将补充部分当作分支。想要表达的内容主干有很多个的时候，就需要对它们进行恰当的连接。这样信息接收者在浏览子弹笔记的时候，就不会只看到零散的句子，而是能够从它的结构中看出逻辑脉络及其含义。这可以使信息接收者立刻了解哪些句子比较重要、这些句子有怎样的联系、这个子弹笔记想要表达什么含义等信息。

打动人心的子弹笔记，即所谓的“超级笔记术·子弹笔记”，并不是以子弹笔记书写者为中心的单纯的文字罗列，而是必须让对方能够立刻了解你想要表达什么的记述方式。

● 把内容整理出层次感

让子弹笔记变得条理化的时候需要注意什么呢？答案是“把内容整理出层次感”，也就是将想要传达的内容按不同层次进行分类整理。

将想表达的内容和想表达内容的详情及补充区分开来，并按各项内容的关系进行排列。这样就能让对方在第一时间理解你想要表达什么。

但是就算你知道要将子弹笔记的内容整理出层次感，在实际操作的时候还是会发现这不是那么容易做到的事情。

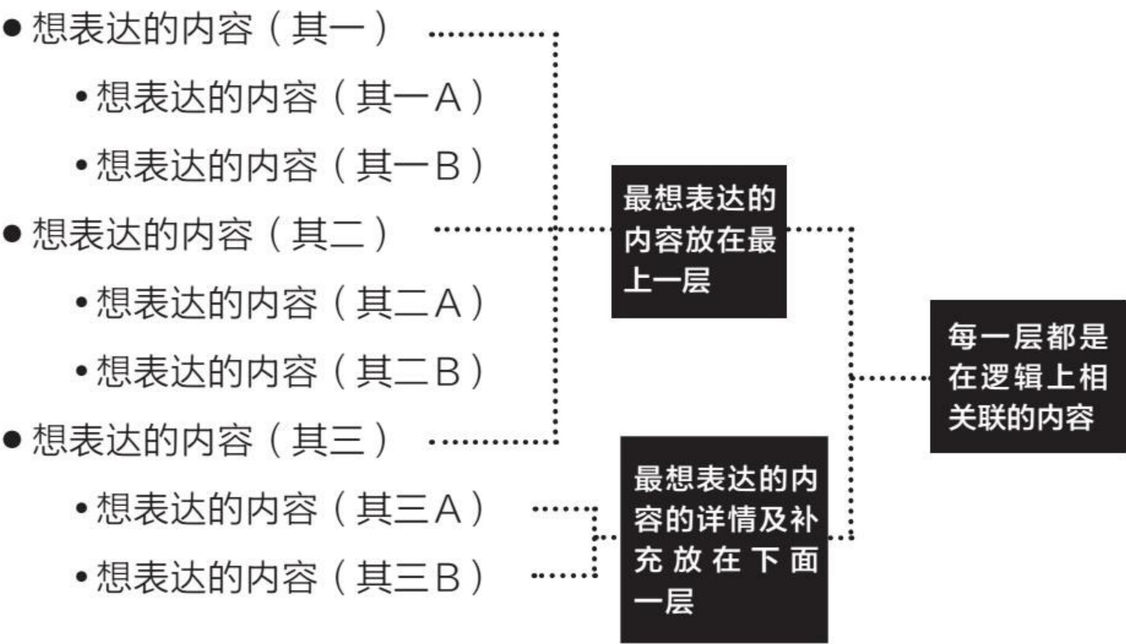
将内容整理出层次感是有诀窍的。我们在这本书里要学习的是分开使用不及物动词和及物动词、用“串联”和“并联”梳理时间轴、governing这三个诀窍。

内容有层次感的子弹笔记

- 想表达的内容（其一）
- 想表达的内容（其二）
- 想表达的内容（其三）
- 想表达的内容（其四）
- 想表达的内容（其五）
- 想表达的内容（其六）
- 想表达的内容（其七）

- 想表达的内容（其八）
- 想表达的内容（其九）





● 将相似的内容整理在一起

那么让我们开始练习将子弹笔记的内容整理出层次感，然后进行条理化吧。

首先我们需要将想要表达的内容分组。原则是将主题相同的主要内容与补充内容总结到一个大的分组里。如果这时你还不能将两者分清，就先将想要表达的内容和与其相近的内容汇总在一个分组里。这样信息接收者光看分组就能够立刻知道你想表达的主要内容有几个，分别是什么。将内容分成适当的小组会使信息接收者更容易了解你想要表达什么。

那么能使人轻松理解的分组又是怎样的呢?

在最开始的时候应该掌握的关键是将描述对象状态或现象的内容与描述其行为的内容区分开来。因为在阅读的时候，这两者给信息接收者留下的印象是不一样的。

比如，当你听到“料理”这个词的时候，你会有什么感觉？这个词是在描述对象的状态或现象，还是在描述其行为？这两种含义给人的感觉是不一样的。

如果说“一份料理”，就是在描述对象的状态，那么信息接收者脑海中浮现的是一个静止的画面。但是如果说“正在料理”，就是在描述对象的行为，信息接收者脑海中就会出现一个动态的画面。

描述内容会影响信息处理



对信息接收者来说，判断内容究竟是一个静止的画面还是一个动态的画面，增加了他处理信息的负担。为了减少这种负担，你需要将表达对象状态或现象的内容，与表达其行为的内容区分开来。这样的分组便于信息接收者把握整体内容。

比如，“有汉堡肉、有沙拉、有汤”让接收者想象出餐桌上放着晚饭这一状态（静止画面）。如果是“做汉堡肉、做沙拉、做汤”，则会让信息接收者想象出做饭这一行为（动态画面）。

换言之，如果在同一个分组里混合着描述对象的状态或现象及行为的内容，就不能够使人在第一时间了解你想要表达什么。比如，“有汉堡肉、做沙拉、有汤”这样的表述，就会使人不知道该怎样去想象这个画面，这个分组也就没有意义。

我再强调一下重点，为了让信息接收者能更好地了解你想要表达什么，你需要将描述对象事物状态或现象的内容与描述其行为的内容分组，再在各自的分组里进行进一步的信息处理。

但这也是很有难度的。假如子弹笔记中的每一句话都没有明确地描述对象的状态、现象或行为，就会使人难以理解。如果信息接收者对内容的分组判断与表达者存在误差，就会导致信息接收者无法了解对方想要表达什么。

● 分开使用不及物动词和及物动词

将子弹笔记整理出层次感的第一个诀窍是分开使用不及物动词和及物动词，这是为了排除语言表述上的歧义，能够更加迅速地对内容分组。如果想表达某个瞬间的静止画面，即“那个时刻的状态”，那么每一个句子都应该使用不及物动词来表达。

如果想表达某个瞬间的动态画面，即“某人对某事产生了影响的行为”，那么每一个句子都应该使用及物动词来表达。也就是说，将内容分成用不及物动词来表达对象的状态或现象和用及物动词来表达对象行为。

只要使用这个简单的方法就能完成对子弹笔记内容的简单分组，而信息接收者也能够在第一时间明白分组的意义。

说到不及物动词和及物动词，它们是怎样表达含义，又有何不同呢？

不及物动词与及物动词的不同

不及物动词

- 杯子摔碎了
- 一根圆珠笔在这里
- 我吓了一跳

及物动词

- 我摔碎了杯子
- 你放了一根圆珠笔在这里
- 他吓了我一跳

● 表达方式决定信息含量

比如，“杯子摔碎了”这个句子的动词就是不及物动词。这句话表达了“杯子摔碎了”这个状态。它并没有向信息接收者传递是“谁”将杯子摔碎了这一行为及其背后的因果关系。还有“摔碎的杯子”这种以名词结尾的表达方式，相当于“杯子摔碎了”的另一种形式。表达某个瞬间对象的状态或现象的时候使用不及物动词就先讲到这里。

再说说“我摔碎了杯子”这种使用及物动词的表达方式。“我摔碎了杯子”描述了作为主语的“我”将宾语的“杯子”“摔碎了”这一行为，能够充分向对方传达“杯子”摔碎是由“我”造成的这一因果关系。

至于选择哪一种表达方式，取决于你想让信息接收者想象的是“杯子摔碎了”这种对象的某个瞬间的状态或现象，还是“我摔碎了杯子”这种某个行为及其背后的因果关系。虽然有的动词兼作不及物动词与及物动词，但是在具体使用上还是有一定区别的。

我以打碎杯子的小孩子的辩解为例，分析一下这个问题。

打碎杯子的小孩子在告诉家长的时候会说“杯子摔碎了”这样使用不及物动词的句子，向家长传达这个杯子的状态。他为什么会选择用不及物动词来表达？因为他不想惹怒家长。如果用“我摔碎了杯子”这样带及物动词的句子来表达，就会让家长注意到自己正是杯子被摔碎的原因所在。因此他会用“杯子摔碎了”这样的句式。

即使是描述同一个动作，使用不及物动词来表达状态也能够让动作发生的因果关系变得模糊，从而模糊责任。

所以，如果想要表达对象的状态或现象就用不及物动词，如果想要表达行为及其背后的原因就用及物动词。将这样的表达方式作为分组的一个原则，是实现子弹笔记条理化的捷径。

● 区分“行为”和“状态”

让我们再次回到新员工小A的子弹笔记上。现在你应该知道，在这份子弹笔记中，最开始的4句话用的是不及物动词，是在对对象的状态或现象进行描述。只有最后一个句子用的是及物动词，是对对象的行为进行描述。你可能会觉得，只要将最开始的4句话分成一组，最后一句话单独作为一组，就能实现条理化了。

但是这里存在一个陷阱。请注意第四句话。

从“营业部门人员不足”这句话中，我们可以知道营业部门现在缺少工作人员这一状态。而“营业部工作人员在特殊时期增加了”这句话乍一看是在描述一个状态，但是它背后隐藏着的实际上是对“因为营业部门工作人员不足，所以由谁来安排为营业部门增加工作人员”这一解决方案的表述。

把子弹笔记分组

[不及物动词（状态）组]

- 营业部门人员不足。
- 市场上存在竞争力很强的同类型产品，竞争十分激烈。
- 客户服务中心的询问应答训练跟不上。
- 营业部在特殊时期增加工作人员。

[及物动词（行为）组]

● 除此之外的事情将由营业部在经营会议上向大家报告并征求解决方案。

所以问题在于，原本应该用及物动词来表述行为的地方（“对营业部在特殊时期增加工作人员”），却用了不及物动词（“营业部工作人员在特殊时期增加了”），导致第四句话里缺少了“在工作人员不足时，应该由谁来负责增加工作人员”这一信息点。如果想要向信息接收者传达解决方案，就应该用及物动词。否则，不仅会导致内容的分组出错，还会导致原本应该传达给对方的重要信息缺失。

我再强调一下重点，想要描述行为，就要使用及物动词，以明确行为的目的。就像在上述例子中，如果错误地使用了不及物动词就会导致缺失宾语，有时也会导致缺失主语，并最终使原本应该传达给对方的重要信息被漏掉。这将使子弹笔记条理化的工作更加难以进行。

如果将那个新员工小A的邮件写成下面这样，分组就会容易很多。

将“营业部在特殊时期增加工作人员”这个使用不及物动词的句子改成“在一定时期内，从市场部调动人员来协助营业部”这样使用及物动词的句子。

这里有两个调整。第一，原本的这句话缺少了“由谁来做出增加工作人员这个动作”这一重要的信息点。我们先思考由“谁”来做这个动作，然后选定和营业部有业务交集的市场部。

根据词语性质将子弹笔记分组

● 营业部门人员不足。

● 市场上存在竞争力很强的同类型产品，竞争十分激烈。

● 客户服务中心的询问应答训练跟不上。

● 营业部工作人员在特殊时期增加了。

● 除此之外的事情将由营业部在经营会议上向大家报告并征求解决方案。



[不及物动词（状态）组]

· 营业部门人员不足。

· 市场上存在竞争力很强的同类型产品，竞争十分激烈。

· 客户服务中心的询问应答训练跟不上。

[及物动词（行为）组]

· 在一定时期内，从市场部调动人员来协助营业部。

· 除此之外的事情将由营业部在经营会议上向大家报告并征求解决方案。

第二，在将不及物动词调整为及物动词的时候，不能单纯地改成“对营业部增加工作人员”，而应明确地将“增加”改为“调动”。因为使用“增加”只能描述人员数量的增减，而“调动”能够更加具体地描述这个行为。

这个子弹笔记的前三句是对营业现状的描述。第四句和第五句是针对营业现状所采取的对策的描述。这样我们就可以将全部的内容分成两组。

对工作繁忙的上司来说，处理这种分组后的子弹笔记要轻松多了。看到“市场部”这个词的时候，他可能就会想到要给市场部的负责人写一封问候的邮件。使用及物动词来表达的意义可见一斑。

但是，即使在应该用及物动词的地方使用了不及物动词，在全面记述中也不是什么大问题。因为全面记述的信息量很大，可以根据上下文推断出句与句之间的联系。

然而，如果是子弹笔记，就无法根据上下文来判断。子弹笔记的出发点就是减少信息处理的负担。如果对不及物动词和及物动词的使用出现错误，就无法准确传达自己真正想要表达的意思。

我再强调一下重点。想要描述动作就使用及物动词，明确主语和宾语，体现出层次感。而在描述目标、理想、问题、特征等某件事情未来、现在或过去的状态时，用不及物动词。

应该使用及物动词的时候自己是不是使用了不及物动词？这值得我们好好确认。

● 不要以名词结尾

在分开使用不及物动词和及物动词，即学习如何表现状态和行为的时候，首先应该明确需要传达的信息。

有的时候我们只是用子弹笔记来简单罗列信息，比如说下面这种情况。这份子弹笔记只是把长句子中的重要词汇挑出来，然后将并列摆放改为纵向排列而已。

子弹笔记形式的词语罗列

● 在做红烧肉这道菜的时候用到的调味料有4种：

· 酱油

· 甜料酒

· 白砂糖

· 日本酒

原来的长句子是“在做红烧肉这道菜的时候用到的调味料有酱油、甜料酒、白砂糖和日本酒这4种”。子弹笔记中的每一个分项都可以看作“有酱油”、“有甜料酒”、“有白砂糖”、“有日本酒”这种表示状态的句子的省略形式。

这种词语的罗列可以让读者很自然地读懂。比起全面记述，这样的形式也容易给人一种内容被整理过的印象。但是如果完全采用这种罗列词语的形式来写子弹笔记，有时候也会出现问题。

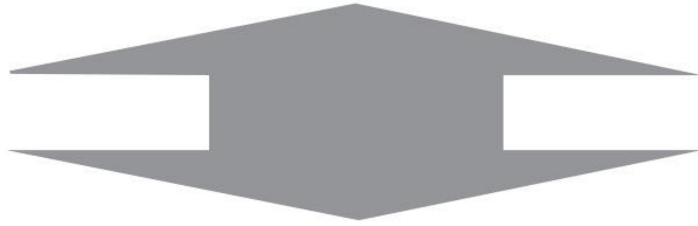
比如，在本应该以动词结尾的句子里使用名词来结尾，像“成本下降”和“销售额倍增”等语句就存在这个问题。在“超级笔记术·子弹笔记”里不能用这样的句子。因为这会使内容变得含混不清，不容易理解。

比如“成本下降”，这个短语有什么含义呢？它是表示状态或现象，还是表示行为呢？你能够马上理解吗？

如下文所示，“成本下降”这个短语至少有6种含义。

“成本下降”拥有的6种含义

• **成本下降**



• 曾经是低成本
• 正处于低成本
• 未来会是低成本



如果将其看作用不及物动词来表示状态的句子，因为没有时间状语，所以我们不知道它的时态（同理，信息接收者也不知道这些）。



• 成本被降低了
• 成本正在被降低
• 成本将会被降低



如果将其看作用及物动词来表示行为的句子，我们不仅不知道时态，而且主语也消失了（没有主语的话就不知道因果关系，同理，信息接收者也不知道这些）。



其实，我们连这个句子是在表示状态还是行为都不清楚（同理，信息接收者也不清楚这些）。

“成本下降”有可能表示“低成本”这个状态。假设它是在表示状态，这时它至少有三种含义：“曾经是低成本”这个过去的状态，“正处于低成本”这个现在的状态和“未来会是低成本”这个未来的状态。“成本下降”也可能不是表示状态，而是表示行为。这时它也至少有三种含义：“成本被降低了”这个过去的行为，“成本正在被降低”这个现在的行为和“成本将会被降低”这个未来的行为。当它表示行为时，主语缺失导致句子中的因果关系含混不清，难以准确地向信息接收者传达准确信息。可见，这种以名词结尾的表达方式会导致歧义。

当然，我们不能全面否定以名词结尾的表达方式。如果在全面记述中以名词结尾，信息接收者可以根据上下文的内容，通过联想补充缺失的信息，确定它所表达的真正含义。如果在写以吸引眼球为主要目的的广告标语时以名词结尾，能够使句子朗朗上口，让读者印象深刻。但是在子弹笔记这种短小精炼的表达方式里，这种做法就会适得其反。

因为一旦在子弹笔记中以名词结尾，就会导致信息接收者难以理解你想表达的真实含义。

比如下文这种子弹笔记，你能够立刻了解它想要表达什么吗?

以名词结尾引发的问题

- 成本下降
  - 原价
  - 促销活动费用
  - 间接费用
- 销量增加
  - 海外事业
  - 国内事业

这份子弹笔记看似在对比成本与销量，但是究竟是两个都在单纯地表述未来的理想状态，还是在描述当下的状态、表达变好的预兆就不得而知了。我们还可以理解为“成本下降”是表示当下的状态，“销量增加”是表示未来的行为：因为生产成本下降，所以有了今后销量增加的可能。上文这种以名词结尾的方式很难让人立刻了解它想要表达什么。

如果在本应该用动词结尾的地方使用了名词，就会妨碍信息接收者对子弹笔记的理解。正因如此，“超级笔记术·子弹笔记”不以名词结尾。

● 用“串联“和”并联”来梳理时间轴

接下来，让我们开始学习将内容整理出层次感的第二个诀窍吧。这个诀窍就是用“串联”和“并联”来梳理时间轴。

在让子弹笔记变得条理化的时候，为了整理出层次感，我建议先将有关联的内容排在一起。那么，这些内容之间的关联有哪几种类型呢?

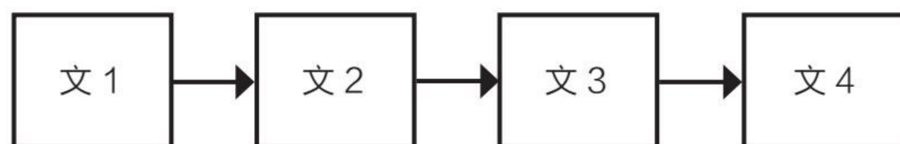
基本的类型有两种：串联型和并联型。虽然还有由这两者组合出的“混合型”，但是我们只要理解了串联型和并联型这两种基本类型，其余的就自然而然会运用了。

那么串联型和并联型之间有什么区别呢？关键就在于时间轴的运用方式不同。

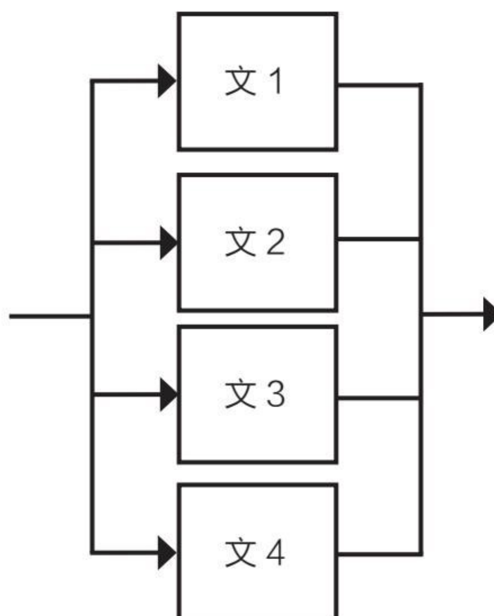
让我们回想一下物理课上学过的电路图。就像电流顺着电路流动一样，时间在串联型连接的句子与句子之间“流动”；而在并联型连接的句子里，就没有时间的“流动”。

用串联和并联来梳理时间轴

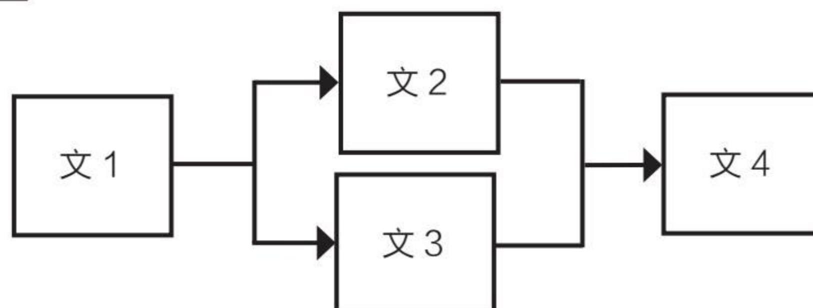
串联型



并联型



混合型



也就是说，如果子弹笔记的句子之间存在时间变化，就以串联型的形式来排列。反之，就以并联型的形式来排列。

把内容以串联型或者并联型的形式整理排列后，就能够让信息接收者快速意识到子弹笔记中的时间流动，从而更容易理解和掌握该子弹笔记想要表达的内容。

具体来说，当子弹笔记里的句子以串联型的形式排列时，其中一定会有某种时间的流动。

与最开始的句子相比，它之后的句子或是在描述之后（未来）的事，或是在描述之前（过去）的事，其中一定有时间的流动。

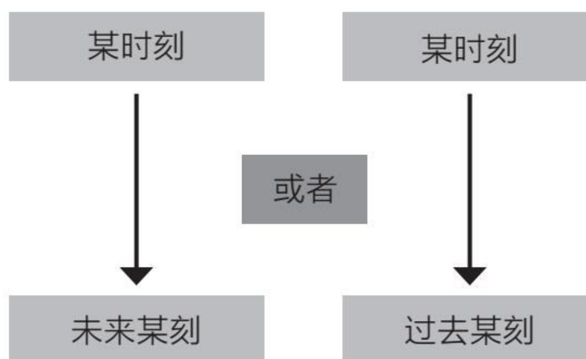
比如，问题解决流程："问题发生→确定解决方案→结果"，就向我们传递了从过去到现在，再到未来的这种时间的流动，这种内容结构就是串联型。再如企业"对未来的展望→为了实现展望而制定的经营战略→具体到每一年的战略行动安排"这种结构，包含了从未来到现在的时间流动，也是串联型的一种。

反之，如果子弹笔记的内容以并联型的形式排列，就代表其中没有时间的流动。最典型的就是未来想要实现的梦想的清单、现在应该要做的事情的清单和过去失败原因的清单。

串联与并联的比较

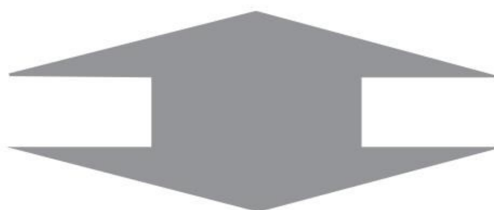
串联型连接方式

- 想表达的内容（其一）
- 想表达的内容（其二）
- 想表达的内容（其三）



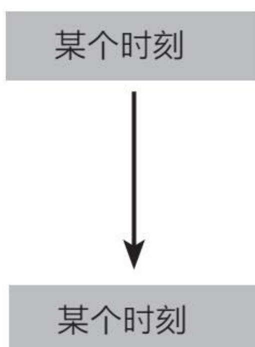
应用场景举例

- **出现问题、制定解决方案、最后的结果**
- **未来的期望、中期的经营战略**



并联型连接方式

- 想表达的内容（其一）
- 想表达的内容（其二）
- 想表达的内容（其三）



应用场景举例

- **问题清单、解决方案清单、结果清单**
- **类似于“xx条”的法案或者表明信念的文章**

再如，写问题解决流程时，存在的问题之间的联系也是并联型。解决方法清单和结果清单也是并联型。此外，像法案或表明信念的文章这样，用“XX条”来总结的内容几乎都是并联型的。

不管将内容用串联型来表示，还是用并联型来表示，都是为了用结构表示内容中有无时间流动，以便让信息接收者在第一时间了解你想要表达的内容。这一切都只是对自己想要表达内容的再整理。

请牢记串联型连接方式和并联型连接方式。

这能帮你有效地对内容进行分组整理，使之更容易被理解、被传达。

● 分清信息的“主干”和“分支”

让我们再次以前文小A的子弹笔记为例。

小A通过分开使用不及物动词和及物动词，已经将内容划分成两个小组了。但是，他只是将内容分成两个小组，并没有对每一个小组想要表达的内容进行总结，这样的子弹笔记在读者看来是很难理解的。

因此，我们必须用一句简短的话来总结每一个小组想要表达的内容，并把这句话放在每段的开头，将原来的内容移动到下一行，进行内容重组。

要注意的是，第一段的第一句话必须与后面的内容衔接好，否则就不能够让对方立刻了解你想要表达的内容。在小A的子弹笔记这一案例中，最初的第一个分组是讲“现在”的经营状况，第二个分组是讲“将来”的经营状况。在这两个分组之间存在时间差，因此我们可以考虑用串联型的结构来写这两部分内容。那么应该怎样写这种串联型结构呢?

第一个分组是在对“现在”存在的问题进行阐述，第二个分组是在对“对策”（解决方案）进行阐述。也就是说，在小A写给上司的邮件里没有表达出来的，是对于经营状况存在问题的解决经过。所以，我们只要在每一个分组的开头加上“问题”和“对策”（解决方案）这类词语，就能够将我们想要传达给信息接收者的问题的解决经过表达出来。具体写法如下文所示。

利用串联型结构来改善内容

● 营业部门人员不足。

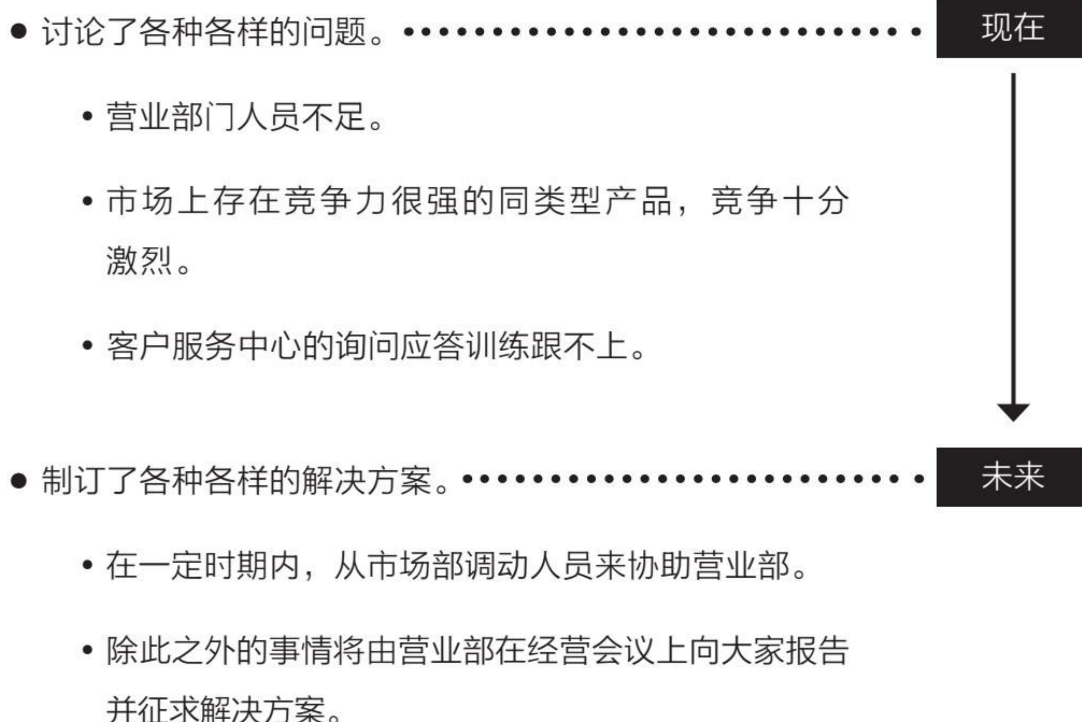
● 市场上存在竞争力很强的同类型产品，竞争十分激烈。

● 客户服务中心的询问应答训练跟不上。

● 在一定时期内，从市场部调动人员来协助营业部。

● 除此之外的事情将由营业部在经营会议上向大家报并征求解决方案。





面对这样的子弹笔记，上司只要读一下每一组开头的第一句话就能够立刻明白这封邮件想要表达的重点，“啊，小A想向我汇报的是这个问题及其对策（解决方案）”。并且他可能会进一步想“小A的报告书简单易懂，能让人瞬间抓住重点。要是下次再有什么重要会议还让他去吧”，对小A的评价也会因此提高。

对子弹笔记的内容进行条理化整理，能让人立刻明白你想要表达的内容的主干和分支。尤其是串联型和并联型的结构重组，即梳理子弹笔记时间轴，能够给人一种信息被整理分类过的良好印象。

反之，无法判断是否存在时间流动的文字罗列则会给信息接收者造成阅读压力，让人失去阅读的兴趣。就算强行读下去，也只会一头雾水。

所谓的按时间排列，既像将混乱的照片按顺序放进相册，又像按未来、现在、过去的场景顺序放映的电影。读者就是靠着照片或者场景中的时间轴来判断其中的联系，进行信息处理的。

无论是哪一种形式，串联也好并联也罢，通过对其中的关联进行整理和表达，我们能够减少信息接收者处理信息的负担。

利用串联型和并联型来梳理时间轴，让单纯的子弹笔记向着能够简短且富有魅力地表达的“超级笔记术·子弹笔记”又近了一步。

● 利用“governing”制作思维抽屉

在将子弹笔记整理出层次感的时候用到的第三个诀窍就是“governing”。

governing，即“统一”。

外资企业的顾问习惯将文章开头部分的总述称为governing。比如当他想要表达的内容有三个重点的时候，会先在文章的开头表明“重点有三个”，再继续展开讲述具体的内容。“重点有三个”这个表明意图的句子就是governing。

我们还是以前文小A的子弹笔记为例。他的子弹笔记开头用“问题”、“对策”（解决方案）这样的关键词进行了分组。据此我们可以清晰地看到“问题→对策”之间的关联，这个结构也能向我们了解问题解决的过程。

但是，从每段开头都会出现的“各种各样的”这个词可以看出，每个分组内的关联还略显模糊。

看了这个子弹笔记之后，即使上司能够立刻明白问题解决的流程，但是在工作繁忙的时候他仍难以承受处理详细信息的负担，很可能在看完之后会忘掉一部分内容。“他说的问题是什么来着？有几个来着？好像除了市场部会调人给我们之外也没有什么特别要关注的内容啊？”

为了避免出现这种尴尬情形，最好在每个分组的开头就表明重点。因为开头的句子更容易存留在信息接收者的脑海里，成为他处理

这段内容的基础。

在小A的子弹笔记里，不妨在开头就将问题和对策的数量写出来，比如，“三个问题”和“两个对策”。这些开头处的数量可以让上司在脑海中创造出一个存放下文要表达的内容的抽屉。有了这个抽屉之后，处理信息就会变得很轻松，上司也能立刻理解你想要表达的重点。

通过使用“governing”来改善内容

● 讨论了各种各样的问题。

· 营业部门人员不足。

· 市场上存在竞争力很强的同类型产品，竞争十分激烈。

· 客户服务中心的询问应答训练跟不上。

● 制订了各种各样的解决方案。

· 在一定时期内，从市场部调动人员来协助营业部。

· 除此之外的事情将由营业部在经营会议上向大家报告并征求解决方案。



● 讨论了三个问题。

· 营业部门人员不足。

· 市场上存在竞争力很强的同类型产品，竞争十分激烈。

· 客户服务中心的询问应答训练跟不上。

● 制订了两个解决方案。

·在一定时期内，从市场部调动人员来协助营业部。

·除此之外的事情将由营业部在经营会议上向大家报告并征求解决方案。

● 史蒂夫·乔布斯也是子弹笔记高手

governing这个与条理化相关的技术，使用起来很简单，运用得也很广泛，它在全世界都是共通的。除了子弹笔记，governing还被用于演讲等各种各样的交流形式。

苹果公司的创始人、硅谷的传奇人物史蒂夫·乔布斯在斯坦福大学毕业典礼上的演讲非常有名。“Stay Hungry，Stay Foolish”（求知若饥，虚心若愚）这句名言更是为大众熟知。这场演讲的听众是即将步入社会的学生，很少有人知道乔布斯在这场演讲中用了governing这个技巧。

演讲的开头“我想与大家分享我人生中的三个故事”这句话就使用了governing。接下来的演讲内容就是顺着这个governing来演绎的。

正因如此，这场演讲才变得简单易懂，能够让人立刻了解他想要表达什么。

这场演讲之所以能打动人心，得到大家的高度评价，内容十分优秀自不必说，在优秀内容的基础上，乔布斯使用了governing技巧也是其中的关键。乔布斯是否有意使用了governing，我们无从得知。

乔布斯在演讲开头使用“governing”技巧

“Today,I want to tell you three stories from my life.That’s it.No big deal.Just three stories.”

（在今天，我想与大家分享我人生中的三个故事。仅此而已。并不是什么多了不起的内容。仅仅是三个故事而已。）

“The first story is about connecting the dots.”

（第一个故事是关于点与点的连接。）

……

“My second story is about love and loss.”

（第二个故事是关于爱与失去。）

“My third story is about death.”

（第三个故事是关于死亡。）

……

与乔布斯的演讲形成鲜明对比的恐怕是小学毕业典礼上来宾冗长的演讲。每当我们觉得这场演讲终于要结束的时候，就听见一句“然后……”，真是一段看不见尽头的痛苦经历。

在子弹笔记中使用governing技术可以轻松地让内容变得条理化。这让单纯的子弹笔记向着能够简短且富有魅力地表达的“超级笔记术·子弹笔记”又近了一步。

● 用governing点名邮件主旨

子弹笔记最常被用在邮件中。在对邮件的子弹笔记进行条理化改造时，governing是最有效的技术。

为什么这么说呢？思考一下邮件的性质，你就能知道答案了。

对大部分人来说，邮件都是利用工作中的空闲暇时间读完的，几乎没有人会为了读邮件而特地腾出工作时间。

我们把读邮件与听取工作报告对比来看就很好理解了。比如在听工作报告的时候，你会集中精力，不会分心去做其他的事情。然而读邮件几乎是利用坐车、吃饭，或者会议与会议的间隙等零碎的空闲时间来完成的。因此，当有其他优先度高于读邮件的工作出现的时候，读邮件的时间就会被占用。

如果你要当面汇报工作，根据事前安排，对方一定会把这段时间空出来。但是邮件不一定会被对方阅读，如果被对方判断为优先度较低，可能只会被简单地浏览一下。因此，为了不让邮件被对方忽视，我们必须让对方立刻明白我们想要表达的重点。

所以让邮件变得条理化十分必要。邮件是从上往下阅读的，你更需要在开头利用governing技术表明文章的重点。

Governing用在子弹笔记的开头无疑是正确的。但是它的应用并不局限于此，与正文合在一起使用也别有妙处。因为我们在写邮件的时候，一般会在子弹笔记前面写一些正文。

我们来看下面这个例文。这个例文是公司新人向上司汇报工作的时候写的邮件。

发给上司的工作报告邮件（其一）

收件人：

抄送：

主题：

尊敬的×××：

不好意思在百忙之中打扰您。我想向您就现在的工作内容A和B进行报告。截止时间为今天的工作A已经完成了。但是截至日期与A同为今天的工作B却没能完成。

剩下的工作量大概还需要半天时间才能完成。我利用明天上午来完成B您看如何？然后我取消原定明天上午参加的研修可以吗？

如果能得到您的指示的话非常荣幸。

×××

可以说这是一个已经总结得很短的邮件，很容易理解。但因为这是以全面记述的形式写的，上司在打开邮件后并不能立刻了解下属想要表达什么。站在上司的角度来考虑，在他忙或者累的时候可能会迅速浏览这封邮件，不能理解你要表达的内容。

让我们对这封邮件进行条理化调整，将其变成子弹笔记的形式。

发给上司的工作报告邮件（其二）

收件人:
抄送:
主题:

尊敬的×××：

不好意思在百忙之中打扰您。我想向您就现在的工作内容A和B进行报告。

- 截止时间为今天的工作A已经完成了。
- 截至日期与A同为今天的工作B却没能完成。剩下的工作量大概还需要半天时间才能完成。
- 我利用明天上午来完成B您看如何?
- 我取消原定明天上午参加的研修可以吗?

如果能得到您的指示的话非常荣幸。

×××

对内容进行条理化调整，使其变为子弹笔记的形式能让它变得更容易阅读。但是，我们还是不能在短时间内明白这封邮件的主旨。因此这封邮件还是很可能会被一带而过。

在这种情况下，我们应该在子弹笔记的开头用governing对主旨进行提炼。在邮件开头用“报告两项内容，询问两个问题”这样的语句来表明邮件主旨。你可以在文章开头说明，也可以在子弹笔记的第一行说明，然后将后面的报告内容和询问内容下移。我在这里试着用governing调整了一下正文。

发给上司的工作报告邮件（其三）

收件人:

抄送:

主题:

尊敬的 × × ×：

不好意思在百忙之中打扰您。

就现在的工作内容 A 和 B，我想向您进行两项报告并询问两个问题。

【报告】

1. 截止时间为今天的工作 A 已经完成了。

2. 截至日期与 A 同为今天的工作 B 却没能完成。剩下的工作量大概还需要半天时间才能完成。

【询问】

1. 我可以利用明天上午来完成 B 吗?

2. 我可以取消原定明天上午参加的研修吗?

如果能得到您的指示的话非常荣幸。

× × ×

与邮件开头的governing相对应，在子弹笔记的开头写上【报告】和【询问】这样的小标题，在governing里写明报告内容和询问内容各有两个，内容部分也标以数字序号，使邮件变得简单易懂。

Governing的使用诀窍就是在文章开头表明主旨，然后让后面的内容与其对应，并可辅以数字序号，使层次更清晰。

邮件是很容易被忽略的交流形式，甚至可以说，邮件的好坏是由开头的一两句决定的。

正因如此，邮件才需要用governing来点名主旨。

● 文章结构也能传达有效信息

让我们比较一下改成子弹笔记后的邮件和原始邮件有何不同。虽然只有数行文字，但是经过条理化整理，它变得比原先容易读懂了。无法被信息接收者立刻读懂的信息是没有任何意义的。对方也会因此降低对你的评价。

为了能让对方在最短的时间内把握文章主旨，我们通过提炼内容主干和分支的方法，使其向着能够简短且富有魅力地表达的"超级笔记术·子弹笔记"更近一步。

对内容进行条理化改善

● 营业部门人员不足。

● 市场上存在竞争力很强的同类型产品，竞争十分激烈。

● 客户服务中心的询问应答训练跟不上。

● 营业部工作人员在特殊时期增加了。

● 除此之外的事情将由营业部在经营会议上向大家报告并征求解决方案。



● 讨论了三个问题。

· 营业部门人员不足。

· 市场上存在竞争力很强的同类型产品，竞争十分激烈。

· 客户服务中心的询问应答训练跟不上。

● 制订了两个解决方案。

· 在一定时期内，从市场部调动人员来协助营业部。

· 除此之外的事情将由营业部在经营会议上向大家报告并征求解决方案。

我经常被人问“一句简短优秀的商品广告语”与“多行文字构成的子弹笔记”之间有何不同。我认为两者的区别就是有无条理化。一行文字是无法进行条理化调整的，只有数行文字才能够通过条理化使其结构清晰明了。如果是表达问题解决的流程及其因果关系等有时间流动的内容，就用串联型；如果是表达像列表清单这种同时进行的内容，就用并联型。对信息接收者来说，阅读这样的内容时，不仅能够通过文字来理解内容，还可以通过结构来理解内容，这样的子弹笔记更加容易读懂。

子弹笔记与一句话广告语相比字数较多，带有更大的信息量，但是比全面记述的信息量要少。正因如此，子弹笔记不仅要靠文字内容来表达，还要利用结构来表达，从而填补缺失的信息量，减少信息接收者处理信息的负担。

我再强调一下重点。对子弹笔记进行条理化整理的重点在于将内容整理出层次感。关于整理出层次感，本章介绍了分开使用不及物动词和及物动词，用串联和并联来梳理时间轴和governing这三个诀窍。

条理化作为“超级笔记术·子弹笔记”的要素之一，是使子弹笔记做到简短且富有魅力地表达所不可欠缺的技巧。

3
剧情化，
让子弹笔记变得轻松好读

● 生动形象的子弹笔记才能吸引眼球

“超级笔记术·子弹笔记”的第二个要素是剧情化。我们还是以前文小A的子弹笔记为例来思考剧情化。

小A今年的业绩目标没能顺利完成。上司要求小A向他报告下一年度的业绩目标。小A的上司认为“做人要胸怀大志”，他将根据小A的这份报告对小A来年的工作给予建议和指导。不过，这位热心的上司工作繁忙，还是个急性子，对小A的要求也很高。

为了能够将报告内容准确地传达给上司，小A用子弹笔记的形式对报告内容进行了总结。

不合格的子弹笔记：不够生动形象

● 采取4个改善方法：

· 对于大型客户，邀请公司前辈协同谈判，提高销售单价。

· 对于中型客户，提出关联商品与单品的打包销售方案，提升销售数量。

· 对于小型客户，继续一直以来的方针，保持良好联络，促进销售。

· 对于极小型客户，继续一直以来的方针，保持良好联络，促进销售。

● 因此将销售业绩目标定为三亿日元的销售额。

看了这份报告之后，上司会有什么感受呢？报告内容很有层次感，也做到了条理化。

第一个分组的句子统一用及物动词来表达“改善方法”这个动作，第二个分组的句子统一用不及物动词来表达“销售成绩”这个状态，很好地做到了分开使用不及物动词和及物动词。

第二个分组表明了“结果”，使其与第一个分组的改善方法之间有了“时间的流动”，可见这个报告用了串联型的结构。为了将时间的流动传达给信息接收者，小A使用了“改善方法”和“销售业绩”这两个内含因果关系的词汇。

这份子弹笔记不仅试图通过单词和句子进行表达，其极具条理化的内在结构也能使信息接收者立刻理解它的主旨。

此外，小A用了governing技术，在开头写了“4个改善方法”，在向对方介绍这4个改善方法的具体内容前就成功地在对方的脑海中建立了关于这些内容的抽屉。

正因为这份子弹笔记已经做到了条理化，所以上司在阅读时比看单纯的句子罗列要轻松很多。

但是看了这份子弹笔记后，上司不会觉得这些事是与他有关的，或者说这些内容没能让他感觉到是报告给他的。因此他也就不会将这些内容记到心里。

这份关于改善方法的子弹笔记，与别的公司员工写给他们上司的并没有什么区别，而且数十年前就已经到处是这种子弹笔记了。

它们像说漂亮话一样地讲着大道理，却一点儿也不生动形象。因此鲜有人被这样的子弹笔记吸引，对于热血上司来说更是毫无亮点。如果小A就这样向上司汇报，不仅难以引起上司的兴趣，还会让上司

在对小A提建议时无从说起，甚至因此被上司评价为“一个把报告写得十分无聊的人”。

● 制作勾起对方兴趣的诱饵

子弹笔记不是单纯地罗列文字，然后进行条理化。它必须要让信息接收者对它的内容感兴趣，进而想要去听、去读。

因此我们在写子弹笔记的时候，必须要考虑对方的处境和心理，进而明确子弹笔记内在的前后关系（文脉）。这样才能让子弹笔记变得生动有趣，引起信息接收者来听、来读的兴趣。

这就是“超级笔记术·子弹笔记”的第二个要素：剧情化。

和很多没能做到条理化的子弹笔记一样，也有很多子弹笔记虽然做到了条理化却不能够引起别人的注意，结果还是没能很好地传达信息。如果对这些子弹笔记按照“超级笔记术·子弹笔记”要求的“简短且富有魅力地表达”来评分，其得分依旧是零分。

那么，如何做到子弹笔记的剧情化呢？换言之，剧情化的必要条件是什么呢？那就是“制作勾起信息接收者兴趣的诱饵”。

制作这个诱饵需要清楚对方关心的是什么，然后据此有意识地在子弹笔记里藏下一个使对方大吃一惊的机关。这个机关可以藏在全文整体的文脉里，也可以藏在文章的一部分里。一旦对方意识到这个子弹笔记是与自己相关的，就会认真地读下去。

那么这个诱饵该如何设置呢？本书将介绍三个诀窍：将诱饵藏在全文整体的文脉里的“写引导文”，“拆分MECE”，将诱饵藏在文章一部分里的“使用专有名词”。

● 学会用“引导文”吸引对方

制作诱饵的第一个诀窍是“写引导文”。引导文就是子弹笔记的开篇部分。子弹笔记中最重要的就是引导文。像小说这样的作品，读者在阅读的时候，要么被开头有趣的内容吸引而一直读下去，要么因为开头太过无趣而合上书。

子弹笔记也是如此。信息接收者如果不能被开头的引导文吸引，接下来的内容就无法很好地传达给他。换句话说，对方会不会有兴趣看这份子弹笔记就取决于引导文的好坏。

那么，我们应该在引导文里写什么，向对方传达什么呢？答案是“对方期望看到的内容”。这个答案并不唯一，它会根据对方以及对方所处的环境的不同而改变。

举个简单的例子，我们回想一下企业面试的场景。如果面试官问你：“你的强项是什么？请简短地回答。”你会怎么回答呢？

应聘时的回答（其一）

● 在大概十多年前的学生时代，我去了英语会话学校学习，在那个时候掌握了英语对话的基础知识。

● 因为自己有了英语会话的基础，大概从5年前开始我在上一家公司负责该公司与海外公司的协作，与30家以上的海外公司有过协同合作经历。

● 我的强项是拥有能够与海外企业进行沟通的英语能力。

应聘时的回答（其二）

● 我的强项是拥有能够与海外企业进行沟通的英语能力。

● 因为自己有了英语会话的基础，大概从5年前开始我在上一家公司负责该公司与海外公司的协作，与30家以上海外公司有过协同合作经历。

● 在大概十多年前的学生时代，我去了英语会话学校学习，在那个时候掌握了英语对话的基础知识。

这两种回答粗略一看仿佛没有什么差别。至少两种回答中的三句话是完全一样的，只是顺序不同而已。那么面试官会觉得哪种回答比较好呢?

答案是第二种，因为它更加直截了当。

第二种回答在引导文部分就对问题进行了回答，紧接着下一句话对前面的回答进行了解释说明。这里有一个非常重要的要素，那就是顺序。面试官都非常忙，他们常常要一个人对数人，甚至数十人、数百人进行面试。因此，他们希望能直接听到你的回答。

强调一下重点，对方期待的是“回答”。因此这种在开头的引导文就对问题进行回答的形式更加能够让对方对你的回答内容产生兴趣，面试官也会因此对应聘者留下深刻印象。

而第一种回答方式是从作为强项背景介绍的学生时代开始说明，然后是工作经历介绍，最后才是对问题的回答。所以，如果不听到最后，对方难以明白你想说什么。

如果是性格急躁的面试官，在听到“在大概十多年前的学生时代，我去了英语会话学校学习，在那个时候掌握了英语对话的基础知识”的那一刻，很可能就会认为这个面试者的长处是英语会话能力，但是接下来又听到“因为自己有了英语会话的基础，大概从5年前开始……”这种过渡说明，面试官就会搞不清楚“掌握了英语对话的基础知识”是强项，还是接下来要说的东西是强项。

最坏的结果是面试官觉得你的回答内容太长而直接打断你，“关于简历的内容就不要再重复了，请直接回答强项是什么”。至此，无论你的回答是什么，都会被判定为“不会表达”和“沟通能力有问题的人”，然后被拒绝录用。

从面试的谈话内容我们能够看出，直截了当地给出对方期待的答案，可以让对方对你所说的内容感兴趣。将引导文变成勾起人兴趣的诱饵，能让对方将你的话听到最后。

● 迎合对方的“期待”

让我们再次回到前文所述的小A的报告上。小A的上司期待的是什么呢?

小A的上司是一个秉承“做人要胸怀大志”的上进青年。因为新人小A今年的工作业绩不太好，所以他向小A询问来年的业绩目标。上司想知道小A有着怎样的“大志”，为了帮助小A达成这个目标，自己应该给予小A怎样的建议。因此，小A最应该写在引导文里的就是来年的业绩目标。

但是小A却在开篇写了业绩改善方法，并且在认真地写了好几个改善方法之后才写了作为改善结果的业绩目标。因此，性格急躁的上司看了这个报告之后，可能会对小A说：“别写这些无关紧要的，在开头直接告诉我你明年的业绩目标是多少。不同的业绩目标，要做的事不一样，我给你的建议也不一样。”

如果被这样说还算有救，最可怕的是上司什么都不和你说，从此之后再也不重视你了。

引导文就是要给出对方期待的答案，进而引起对方的兴趣。根据这个规则，我们可以将小A的报告书改写成下面这种形式。

通过写引导文来调整子弹笔记

● 采取4个改善方法。

· 对于大型客户，邀请公司前辈协同谈判，提高销售单价。

· 对于中型客户，提出关联商品与单品的打包销售方案，提升销售数量。

· 对于小型客户，继续一直以来的方针，保持良好联络，促进销售。

· 对于极小型客户，继续一直以来的方针，保持良好联络，促进销售。

● 因此将销售业绩目标定为三亿日元的销售额。



● 销售业绩目标为三亿日元的销售额。

● 为了达到这个目标，采取4个改善方法。

· 对于大型客户，邀请公司前辈协同谈判，提高销售单价。

· 对于中型客户，提出关联商品与单品的打包销售方案，提升销售数量。

· 对于小型客户，继续一直以来的方针，保持良好联络，促进销售。

· 对于极小型客户，继续一直以来的方针，保持良好联络，促进销售。

如果是这样的表达方式，上司在看到引导文的瞬间就会想："好！原来小A的目标是三亿日元啊，很有干劲嘛。我得好好给他点儿建议。"上司也会仔细地看接下来的改善方法，在看完这份报告之后，还有可能为了让小A做到更好而给他一些建议。

所以，对方越是工作繁忙、性格急躁，就越要将子弹笔记的成败放在引导文上，在引导文的部分就针对问题进行回答，将引导文设计

成诱饵来引起对方的阅读兴趣。

● 优衣库也是子弹笔记高手

利用引导文引起对方的兴趣，这个技巧在企业经营中也被广泛使用。

优衣库的投资者在公开发表的资料中也经常使用子弹笔记。比如在迅销公司（优衣库母公司）2015年8月的结算说明会上，柳井社长发表的讲话中就有一页是用子弹笔记总结的。

被用在优衣库结算说明会上的子弹笔记（其一）

2015年8月的回顾

● 保持优衣库在海外市场的高速成长。

· 尤其是在大中华地区、韩国的业绩势头较好。

· 在美国的业绩赤字幅度扩大，正在尽公司全力解决此问题。

● 日本国内优衣库业绩实现增收。

· 秋冬系列的HEATTECH、ULTRA LIGHT DOWN、羊毛衫等核心产品销售情况良好。

· 春夏系列的销售额从6月开始下降，四季度的利润大幅减少。

· 抓住标杆趋势进行商品开发，利用新闻进行宣传成为课题。

· 2014年10月，开设了全球化旗舰店UNIQLO OSAKA，获得了成功。

● GU（极优）的销售有了大幅增长。

· 2015年8月实现了大幅度增收。

· 作为定位为“时尚与低价位”的新服装品牌确立了日本市场的坚实地位。

毋庸置疑，这份子弹笔记做到了条理化，即内容很有层次感。全文以并联型结构对2015年8月的各项事业进行了介绍，并将对各项事业的详细介绍放在细分层次展开。

但是以“超级笔记术·子弹笔记”的视角来看，这份子弹笔记最有趣的地方并不在于它的条理化，而在于它的剧情化。为了实现剧情化，必须制作勾起信息接收者兴趣的诱饵。让我们看看该作者是如何在引导文这个部分下功夫的。

这个子弹笔记在开篇讲了优衣库的海外业务，然后是国内业务，最后是GU的业务。

很有趣的是，在这三项业务中，作者选择了将优衣库的海外业务放在引导文这个非常重要的部分。但当时占最大比重的是日本国内优衣库的业务，它以7 801亿日元的营业额占据了迅销公司全部营业额的46%，而优衣库的海外业务则以6 036亿日元的营业额占据了全部营业额的36%，是迅销公司的第二大业务。事实上，在之前财务负责人公布详细的结算报告时，都是按照日本国内优衣库业务、海外优衣库业务的顺序进行说明的。

但是在柳井社长的报告里，优衣库的海外业务却被放在子弹笔记开篇这个最重要的地方。

这是为什么呢?

因为柳井社长旨在强调发展优衣库的海外业务是企业的经营方针。正是考虑到了在现场听他讲话的投资分析家们的兴趣，柳井社长才没有在意业务规模，特意将优衣库的海外业务提到开篇进行总结。

在明白了这个情况之后，我们再来看这个报告之后的幻灯片。这里再次用了子弹笔记来展示今后的发展战略。

优衣库结算说明会上的子弹笔记

今后的发展战略

1.“世界第一、全员经营”的经营体制的实践。

2. 保持优衣库海外业务的快速成长，将优衣库打造成世界第一的品牌。

3. 对于国内优衣库业务，推进地区密集型店面的经营。

4. 确立世界最高水准的商品供应链。

5. 推进科技创新，将顾客的需求快速地商品化。

6. 通过与不同领域的企业合作，实现新的技术和跨时代的服务，创造新的产业。

7. 实现GU业务的迅速发展和全球化。

8. 实现AFFORDABLE LUXURY品牌业务的改革。

9. 推进“将世界向好的方向改变”的企业社会责任活动。

可见，优衣库有多么重视海外市场。柳井社长将“世界第一、全员经营”这一发展战略写在比任何形式都看重结构的子弹笔记的开头。紧

接着的第二个发展战略也是关于海外业务的。正因如此，在第74页的资料中，开篇部分也写了优衣库的海外业务。

如果因为销售额占的比重较大而将优衣库的日本国内业务写在最前面，这个说明会内容的上下文就会缺乏“剧情”。

所以，我们不应该单纯地根据规模大小将国内外业务机械化地排列出来，而应该将能够让对方感兴趣的业务写在最前面进行解释说明。

通过使用这种极具剧情化的子弹笔记，就可以向分析家和投资家们简短且富有魅力地展示自家公司的经营状况和经营方针。

就算是用简短的子弹笔记来说明，通过在引导文上下功夫使其成为引起信息接收者兴趣的诱饵，从而使子弹笔记做到剧情化，也能吸引对方。这与引导对方按照我们想要的方向行动有着密不可分的联系。

● “结论第一”并不是万能的

这种把结论写在引导文部分的写法叫作“结论第一”。这种表达方式被认为是世界共通的、适用于任何场景的万能的表达方式。对于了解了背景和经过的人来说，最渴望知道的就是结论。在对方期待得到结论的情况下，结论就应该被提到开头来讲。

但是我们应该注意，要根据对方的需求来决定是不是要采用“结论第一”的表达方式。如果对方还没有了解整件事的来龙去脉，我们就不应该先向他陈述结论。因为此时对方还不了解这是关于什么的提案、是否与自己有关。比起结论，对方可能更想先知道这件事的背景和经过。这样做反而会阻止对方去进行信息处理。

所以，不顾对方的需求，一味地按照“结论第一”的方式来写，这样的子弹笔记就会本末倒置。经验丰富的顾问，在对方还没有完全理解项目的背景和经过的时候，会先从背景和经过开始进行说明。结论则根据不同场合紧随其后，或放在最后。

而在对方已经完全了解这个项目的背景和经过的时候，结论就会被提至开篇。还有一种情形是对方对你表达的内容十分感兴趣，你处于“说话人主场”，不会出现中途讲话被打断或对方因厌烦而停止思考的情况，这时你可以从背景开始详细地进行解释说明。

一味坚持“要一直将结论放在最初，按照‘结论第一’的原则去写子弹笔记”的想法不可取，我们应该根据对方所处环境的不同，分情况决定写在文章开篇的内容。

我们设想一下，如果上司不是秉承“做人要胸怀大志”的热血青年，而是一个更看重细节的人，并且也不太清楚小A到目前为止的工作状况，这种情况下，如果在文章开头就表明自己的远大目标，反而会被上司认为是一个“只会说大话的唯心论者”。这时，小A最初的那种表达方式，即在文章开篇从改善方法开始阐述会比较好。再进一步说，从对去年情况的反省等背景入手会更好。

我再强调一下重点。在文章开头应该表达什么，要根据对方的心理及其所处的环境来判断。如果一味追求所谓的“成功模板”，容易写出自说自话的子弹笔记。这样就没法做出勾起信息接收者兴趣的诱饵，对方也不会对我们想要表达的内容产生兴趣。

所以，灵活运用，在文章开头设计好“诱饵”，引起对方想要一口气看完的兴趣。这让单纯的子弹笔记向着能够简短且富有魅力地表达的“超级笔记术·子弹笔记”又近了一步。

配合对方来调整开篇文字

● 采取4个改善方法。

· 对于大型客户，邀请公司前辈协同谈判，提高销售单价。

· 对于中型客户，提出关联商品与单品的打包销售方案，提升销售数量。

· 对于小型客户，继续一直以来的方针，保持良好联络，促进销售。

· 对于极小型客户，继续一直以来的方针，保持良好联络，促进销售。

● 因此将销售业绩目标定为三亿日元的销售额。



● 在去年的工作中，没能在大型和中型的客户部分取得良好的销售业绩，结果使销售业绩停滞在了1亿日元。

● 采取4个改善方法。

· 对于大型客户，邀请公司前辈协同一起与其进行协商，提高销售单价。

· 对于中型的客户，提出关联商品与单品的打包销售方案，提升销售数量。

· 对于小型的客户，继续一直以来的方针，保持良好联络，促进销售。

· 对于极小型的客户，继续一直以来的方针，保持良好联络，促进销售。

● 因此将销售业绩目标定为三亿日元的销售额。

● 通过“拆分MECE”来制造高潮

接下来的秘诀是“拆分MECE”。

可能有很多人听说过MECE这个词，MECE是Mutually Exclusive and Collectively Exhaustive的省略，意思是“不遗漏、不重复”。

以下是几个做到了MECE的例子。地球被划分为北半球和南半球。这两个部分的内容互相没有重叠，整体上也没有漏掉的地方，因此这就是MECE。每个星期也被分成从周一到周日的7天。这7天之间互相没有重叠，每个星期里也没有除了这7天之外的日子，因此这也是MECE。在全球化企业里，营业额被分为国内市场营业额和海外市场营业额，这也同样做到了没有遗漏、没有重复。经营连锁店的企业还会将营业额分成老店的营业额和新开店铺的营业额，这也是MECE。

同样是营业额这一个事物，用MECE的方法来分类就不一定只有一种分类方法。

MECE分类的例子

- 地球
  - 北半球
  - 南半球

- 一星期
  - 周一
  - 周二
  - 周三
  - 周四
  - 周五
  - 周六
  - 周日

- 营业额
  - 国内市场营业额
  - 海外市场营业额

- 营业额
  - 老店的营业额
  - 新开店铺的营业额

MECE最开始是外资企业的顾问经常使用的分类方法。将整个内容用MECE的方法进行分类思考的话，不仅可以防止遗漏疏忽的出现，还可以避免重复。

最近很多普通人也在使用MECE。比如，我听说大学生也在使用MECE，但是MECE方法被广泛普及的结果就是，它被胡乱地使用着。尤其是在子弹笔记里，如果使用方法错误的话会产生很大问题。

这个问题就是“不遗漏、不重复”地表达之后，子弹笔记失去了“能够勾起人兴趣的诱饵”。

简单说来就是会产生子弹笔记没能做到剧情化，不能吸引对方注意力的问题。让我们重新看一遍公司新人小A给上司汇报的例子。

通过写引导文来调整子弹笔记

- 采取4个改善方法。

· 对于大型客户，邀请公司前辈协同谈判，提高销售单价。

· 对于中型客户，提出关联商品与单品的打包销售方案，提升销售数量。

· 对于小型客户，继续一直以来的方针，保持良好联络，促进销售。

· 对于极小型客户，继续一直以来的方针，保持良好联络，促进销售。

● 因此将销售业绩目标定为三亿日元的销售额。



● 销售业绩目标为三亿日元的销售额。

● 为了达到这个目标，采取4个改善方法。

· 对于大型客户，邀请公司前辈协同谈判，提高销售单价。

· 对于中型客户，提出关联商品与单品的打包销售方案，提升销售数量。

· 对于小型客户，继续一直以来的方针，保持良好联络，促进销售。

· 对于极小型客户，继续一直以来的方针，保持良好联络，促进销售。

因为上司最想听到的是来年的业绩目标，所以我们将业绩目标提到了最前面。正因如此，这篇子弹笔记有了一个可以作为诱饵的引导文。这个引导文可以吸引上司来阅读这篇报告。

但是，这只是初级阶段的成功。如果在这之后对方的注意力不再这么集中的话，他可能就不会有兴趣将这篇报告读到最后。公司新人小A的子弹笔记中恰恰就有这种让人分散注意力的部分。

这个部分就是第二条中的改善方法。具体点儿说的话是改善方法下的4个句子。每个句子都给出了一个单独的改善方法，分别对应大型客户、中型客户、小型客户和极小型客户。这样用MECE的方式，将客户按照规模分为大、中、小、极小，不遗漏也不重复。

公司新人小A如果是一个只着眼于MECE的不懂变通的人，可能会满足于把所有的要素都表达出来。但是，这种方法也会有给对方造成麻烦的时候。

那就是会分散对方的注意力。原因是什么呢？让我们重新看一遍公司新人小A的改善方法。

● 这个信息，有必要传达吗

在这种情况下，针对小型和极小型客户的改善方法有必要汇报给上司吗?

比如，在针对大型客户的改善方法中，对上司来说，请求公司前辈协同谈判是新信息；再如，在针对中型客户的改善方法中，将关联商品与在售单品打包销售也是新信息。

但是针对小型和极小型客户的销售方法却没有任何改变，只用了“促进销售”这种缺乏实操性的模糊词汇，对上司来说这部分内容没有任何新意。

本来应该向上司汇报“为了达成销售目标而采取的改善方法”，但是关于小型和极小型客户的提议没有任何新意，是传达优先度最低的信息点。

上司看到这里可能会想：“那么对小型和极小型客户应该采取什么对策呢？改善方法有哪些呢？”从而极可能导致他的注意力变得不再那么集中。小A本想将引导文作为诱饵，来吸引上司的注意力，结果却功亏一篑。小A很努力地用MECE的方法向上司表达他的想法，却因此使对方丧失了对内容进行思考的兴趣。也就是说，小A错用MECE的方式进行表达成了子弹笔记“剧情化”失败的原因。

销售的基本经营战略就是通过增加大型客户和中型客户的销售额来提高销售业绩。小型和极小型客户的销售规模很小，所以不值得花费很多精力。

因此，在讲述来年的销售目标时，特地强调针对小型和极小型客户的销售改善方法，容易让人觉得“这人做事情有点儿分不清主次，就是因为没有战略性眼光，所以才一直做不出成绩啊”，这样这个子弹笔记反而成了你的扣分项。

所以用子弹笔记进行表达的时候，不应该执着于MECE。有的时候，通过拆分MECE的方式来表达可能会收到更好的效果。

对于小A的报告，进行如下文所示的拆分MECE调整后表达效果更好。不写针对小型和极小型客户的销售改善方法，故意破坏MECE，集中阐述对大型和中型客户的销售改善方法。

对于上司来说，虽然接收的信息量变少了，但是因为已经接收到了重要的部分，他在看小A的“故事”时就可以专心看到最后。精简内容使得这个“故事”的高潮更容易被传达给对方。

通过拆分MECE进行调整

● 销售业绩目标为三亿日元的销售额。

● 为了达到这个目标，采取4个改善方法。

· 对于大型客户，邀请公司前辈协同谈判，提高销售单价。

· 对于中型客户，提出关联商品与单品的打包销售方案，提升销售数量。

· 对于小型客户，继续一直以来的方针，保持良好联络，促进销售。

· 对于极小型客户，继续一直以来的方针，保持良好联络，促进销售。



● 销售业绩目标为三亿日元的销售额。

● 为了达到这个目标，将精力集中在以下两个改善方法上。

· 对于大型客户，邀请公司前辈协同谈判，提高销售单价。

· 对于中型客户，提出关联商品与单品的打包销售方案，提升销售数量。

在这之前，小A的报告里只写了“采取4个改善方法”，现在我们意识到改善方法里最重要的是积极改善对大型客户和中型客户的销售策略。应该将“采取4个改善方法”改为“将精力集中在以下两个改善方法上”，明确地向对方传达自己的想法。

如果你能不传达重要程度很低的部分，明确传达重要的部分，上司就可能认为：“这个员工原来是准备集中攻克大型客户和中型客户啊。有舍才有得，值得期待！”

● 熟练掌握“相对MECE”

MECE可大致分为两种。

第一种是不会根据时间、地点、任何人的想法改变的MECE，也称作绝对MECE。另一种是会根据对方的关注点等情况进行调整的MECE，也称作相对MECE。

从结论上来说，适用于子弹笔记的是后者，也就是相对MECE。我们应该明白，如果使用了绝对MECE，就无法拆分MECE了。

绝对MECE和相对MECE有何不同？我们可以通过下文所示的案例来比较一下。

绝对MECE和相对MECE

绝对MECE	相对MECE	
一星期包括哪些天? （无论何时都是一样的）	你的工作日是哪几天? （回答者不同的话，答案就会不同）	
	【平日出勤的人】	【周末重点出勤的人】
• 星期一	• 星期一	• 星期三
• 星期二	• 星期二	• 星期四
• 星期三	• 星期三	• 星期五
• 星期四	• 星期四	• 星期六
• 星期五	• 星期五	• 星期日
• 星期六		
• 星期日		

一星期是由星期一、星期二、星期三、星期四、星期五、星期六和星期日组成的，既没有遗漏也不重复。这就属于无论什么时候、无论是谁都能够认同的MECE，也就是绝对MECE。

同样是关于一星期，你可以思考一下“你的工作日是哪几天”这个问题的答案。

和绝对MECE不同，这个问题的答案会因回答者不同而不一样。平日出勤的人的工作日是星期一到星期五，但是对餐饮业等周末重点出勤的人来说，因为周末要上班，答案可能是星期三到星期日。这样的答案虽然也没有遗漏和重复，但是会因为回答者不同而有所区别，这就是相对MECE。

在用子弹笔记进行表达的时候应该使用的MECE就是相对MECE。

当被问到“每个工作日都做什么”的时候，每个人都会根据自己的相对MECE来回答。像每个星期都是从星期一到星期日这种绝对MECE的回答是不可能出现的。

请记住这两种MECE的不同之处，然后回顾一下前文所述的小A的例子吧。

按照销售规模的不同，小A将顾客分成大型客户、中型客户、小型客户和极小型客户。这里的MECE就是绝对MECE。

而在拆分了MECE之后，我们只阐述了针对大型客户和中型客户的销售改善方法。对比之前的绝对MECE，省略了对小型和极小型客户的销售改善方法，看起来不像MECE。

但是假如小A的销售对象只有大型客户和中型客户两种，这时“销售对象是谁”这个问题的答案就只有大型客户和中型客户。这里的MECE就是绝对MECE了。

在表达的时候，我们应该根据对方的情况定义MECE。尽量避免错误地使用MECE写子弹笔记。

我强调一下重点。在用子弹笔记表达的时候应该使用相对MECE。但是我希望你们不要误解，用绝对MECE来思考问题这件事本身并没有什么不好。因为这是一种无论何时都可以使用的框架结构，可以帮助你厘清思路，防止遗漏或重复。

绝对MECE作为思考方式来使用是非常好的。但是在表达时最好拆分绝对MECE，只专注于表达对对方来说最重要的部分。

针对信息接收者的需求灵活使用相对MECE才能吸引对方的注意力，让对方将这份子弹笔记读到最后。你也才能真正做到简短且富有魅力地表达。

● 使用专有名词能引起共鸣

在实现剧情化时，我们不仅可以利用“用引导文吸引对方”和“拆分MECE”这种从子弹笔记整体文脉入手的方法，还可以通过对每一个句子进行加工来进一步制作“诱饵”。

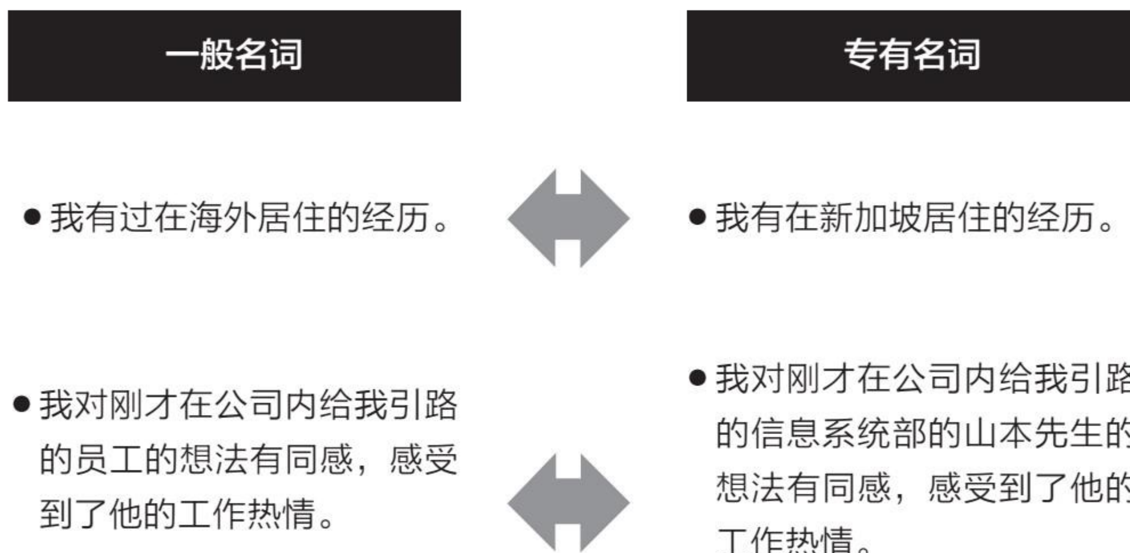
这就是剧情化的第三个诀窍：使用专有名词。

首先我们要找到一般名词，然后用我们与对方都能够理解的专有名词将其替换掉。

一般名词比较抽象，因此对方很难认为接收到的内容与自己有关。而用专有名词，特别是对方十分熟悉的专有名词来表达会有什么效果呢？对方在看到与自己有关的专有名词时，会立刻对这个内容留下一个具体的印象。因为在对方的脑海里，用这个专有名词来表达的内容，往往和他此前的经验有关。

只替换几个词，就可以让对方利用储存在脑海中的相关经验进行信息处理，进而毫无障碍地理解你想要表达的内容。以大学生参加企业招聘时使用的子弹笔记形式的简历为例，我们对比一下使用一般名词和专有名词表达时产生的不同效果。

灵活有效地使用专有名词



左边用一般名词进行了表达，读起来没有什么障碍，但是在处理这些信息的时候，我们却不能在脑海中找到与之相关的新信息。

右边这种用专有名词表达的方式效果怎么样呢？

把第一句话由“我有过在海外居住的经历”改成“我有过在新加坡居住的经历”，可能会让对方产生“在新加坡居住过意味着这个人可能是个能够包容多样性的人”的印象。

如果面试官碰巧也曾在新加坡生活过，此刻他的脑海中可能会浮现出当时的种种美好回忆，以愉悦的心情阅读你的简历。毋庸置疑，你的故事会在他的脑海中留下深刻印象，而且很可能会给你加上印象分。这就好比当你得知某人和自己是老乡时，容易产生一种超出常理的喜悦。

例文中的第二句话使用了一般名词“公司员工”，可能只会让对方觉得“哦，这一看就是客套话，谢谢你的客套话”。

如果将“公司员工”换成专有名词“信息系统部门的山本先生”，面试官的信息处理过程就会与之前完全不同。

首先面试官在听到“信息系统部门”这个部门名称时，可能会立刻想象出这个你坐在信息系统部的办公室里等待面试的情景。接着看见“山本先生”这个专有名词时，可能会觉得“他觉得跟山本投缘，应该挺适合我们公司”。

之所以能得出这个结论，是因为这个面试官脑海中事先有关于“信息系统部”和“山本先生”的信息，当他看到简历中的“信息系统部的山本先生”的时候，这些信息就被一起使用了。这就好比当你知道与对方有共同的朋友时，一下子就觉得对方亲近了很多。

无论是多么简短的专有名词，都能成为吸引对方关注的诱饵，向对方传递更丰富的含义。

我们还是以小A的子弹笔记为例，看看该如何运用专有名词。小A的子弹笔记里哪些词可以换成专有名词呢?

先看针对大型客户和中型客户的改善方法。在客户数量很有限的时候，你可以考虑用客户的名字这种专有名词来表达。说不定上司在看完这份报告之后会想“也许我能去那个公司找找以前的熟人协助小A沟通”。最终小A可能会得到更多的建议和帮助。

如果客户数量很多，不能每一个都写名字，你还可以从“公司前辈”和“关联商品”这些一般名词入手。如果将这两个一般名词换成专有名词，会有什么效果呢?

通过使用专有名词进行调整

- 销售业绩目标为三亿日元的销售额。

● 为了达到这个目标，将精力集中在以下两个改善方法上。

· 对于大型客户，邀请公司前辈协同谈判，提高销售单价。

· 对于中型客户，提出关联商品与单品的打包销售方案，提升销售数量。



● 销售业绩目标为三亿日元的销售额。

● 为了达到这个目标，将精力集中在以下两个改善方法上。

· 对于大型客户，邀请山田前辈协同谈判，提高销售单价。

· 对于中型客户，提出“Diamond·Maker”与单品的打包销售方案，提升销售数量。

将“公司前辈”这个一般名词换成“山田前辈”这个专有名词，这样的改变可以引导上司在看到“山田前辈”这几个字的时候，将原本储存于脑海中的关于山田的信息即时调出来协助这次的信息处理。

例如，“山田擅长交涉协商，如果能帮助小A一起跟客户沟通，这个改善方法成功的可能性很高”，这样上司的脑海中就产生了比原先更加具体的概念。

另外，将“关联商品”这个一般名词换成“Diamond·Maker”这种具体的商品名称也很有效。因为上司对自家公司的产品自然如数家珍，当他看到“Diamond·Maker”一词时，可能会想“以小A目前的销售能力，Diamond·Maker可能不好卖，还是换成其他商品比较好”，这样上司就会给予小A具体的建议。

可见，使用专有名词，能够让子弹笔记的内容更好地吸引信息接收者。

● 用专有名词让案例生动起来

为了制作引起对方兴趣的诱饵，我建议使用专有名词来表达，但是有的时候这很难做到。比如，进行报告说明或总结性发言时，如何用专有名词来表达这种抽象内容呢?

其实这种场合也能使用专有名词，甚至可以说更应该使用专有名词。因为这些抽象的内容在加入专有名词后，也能够吸引对方的注意力。

那么，在表达抽象内容的时候，使用什么样的专有名词最出彩呢?

在这种情况下使用专有名词的技巧是，在抽象内容后面的解释性案例里使用专有名词。虽然只是案例，但是一加入专有名词，子弹笔记立刻会变得十分生动。

比如，给公司里的前辈发子弹笔记形式的邮件来商讨事情时。

与前辈商谈烦恼的邮件

×××前辈：

我在现在的工作中有一些烦恼。

这周您有空吗？我想向您请教一下，您可以给我一些指导吗？我的烦恼主要有下面两点：

1.工作速度太慢

2.做不好企划案

如果您空闲的时候能指点我一下，我将深感荣幸。

×××

很多人都有工作速度太慢、做不好企划案这样的烦恼。这真是普通得不能再普通的烦恼了。因此，就算是收到了这封邮件的前辈，对这种大众性的烦恼可能也不知道该怎么办。他可能会觉得“这种烦恼大家都有，也不是什么太重要的事嘛”，或者“是不是想太多了啊，谁还没有点儿这种烦恼啊”，因此并不会认真地阅读思考。

最后的结果可能就是这封邮件被无限推迟回复。

那么，如果我们在这封邮件的子弹笔记里加入用了固定名词的案例会有什么效果呢?

通过使用专有名词来调整邮件

×××前辈：

我在现在的工作中有一些烦恼。

这周您有空吗？我想向您请教一下，您可以给我一些指导吗?

我的烦恼主要有下面两点：

1.工作速度太慢

（例）给您看过的给XX公司的提案资料是我花了三天时间完成的。

2.企划案做得不太好

（例）在关于商品企划案的会议上，我被XX部长中途打断了讲解。

如果您空闲的时候能指点我一下，我将深感荣幸。

×××

调整后的子弹笔记的前几段与之前完全一样，变化在于中间部分新增了两个案例，并在案例中加入了专有名词。这样一来，这封邮件会发生什么样的变化？

原始邮件只是在诉说“工作速度太慢”这样抽象的烦恼，但是加入专有名词后的例子具体提到了写提案资料的问题，立刻使整个邮件生动了起来，让人能够一下子想起具体情况。作为前辈，对方可能会想“就那个资料还花了三天，这的确有些说不过去啊，我还是给他点儿建议吧”。

原始邮件的第二个烦恼“写不好企划案”也是很抽象的。因此我们补充了案例并加入了特定的会议名，把被某个部长打断讲解的事情作为例子写了进来，这也是使用了专有名词。因为提到了作为专有名词

的会议名称和部长的名字，对方能够一下子想象到那是怎样的场景，从而感同身受。

可见，即使是很抽象的、不能直接加入专有名词的内容，我们也可以通过在其后补充带专有名词的案例来让子弹笔记变得生动形象，从而吸引对方的注意力让他读到最后。这也是经常接触经营战略和经营课题等很抽象的内容的企业顾问们擅长使用的技巧之一。

将很抽象的东西原封不动地传达很难做到生动形象，也无法让人了解你想要表达什么。这时就要加入带有专有名词的案例，变抽象为具体。比如，“将资源从国内转向海外”这种表达方式就很抽象，如果在这句话的后面加上“（例）关停在相模原市的工厂，在印度尼西亚的爪哇开设新工厂”，就更容易让对方理解。

虽然增添了一句话，但是却没有对原本十分抽象的句子带来任何不好的影响。在子弹笔记里，很抽象的句子和有专有名词的案例是一种强有力的组合。

让我们重新思考一下小A的子弹笔记。

前面我们直接在小A的子弹笔记里添加了专有名词，其实活用原来的内容，添加有专有名词的案例更有效。

子弹笔记的优点是使对方在信息处理时变得轻松。虽然增加案例会影响子弹笔记的简洁度，但是如果能使子弹笔记变得生动形象，成为吸引读者注意力的诱饵也不失为一种选择。在信息量过多的风险和变抽象为形象从而吸引读者之间，我们要学会权衡，选择最适合自己的比例。

灵活运用“专有名词”，使子弹笔记更加生动形象

● 销售业绩目标为三亿日元的销售额。

● 为了达到这个目标，将精力集中在以下两个改善方法上。

· 面对大型客户，邀请公司前辈协同谈判，提高销售单价。

· 面对中型客户，提出关联商品与单品的打包销售方案，提升销售数量。



● 销售业绩目标为三亿日元的销售额。

● 为了达到这个目标，将精力集中在以下两个改善方法上。

· 面对大型客户，邀请公司前辈协同谈判，提高销售单价。

（例）和山田前辈一起进行价格交涉。

· 面对中型客户，提出关联商品与单品的打包销售方案，提升销售数量。

（例）与Diamond·Maker一起销售。

● 企划案要将听众变成“主人公”

在有些场景，通过使用专有名词来吸引对方的注意力这招尤为有效。

比如做企划案的时候。

在做企划案时，就算不知道对方每个人的名字，你也可以使用对方所在的组织或小组名称。比如，如果是对参加某个研究小组的人们进行讲解，即使你不知道专有名词，也可以用“参加XX研究小组的大家”这种形式，在某种程度上直接提及听众。

在面向特定的人讲解企划案的时候，思考一下有没有机会将其容易联想的专有名词作为主语插入企划内容。最容易吸引听众的故事就是有听众参与的故事，这能让听众为之惊喜。

专有名词可以做宾语也可以做主语，如果是宾语的话听众就是配角，如果是主语的话听众就成了企划案的主人公。所以，如果能将对方的名字即专有名词作为主语带入文中，让他在这个“故事”中登场，不要有任何犹豫。

让我们思考一下，下面这份企划案，能否将专有名词当作主语插入其中呢?

企划案里没有主人公的子弹笔记

经营课题和今后的发展方向

- 景气不断恶化，销量提升困难，收益逐渐恶化。
- 各部门有必要削减成本，直到景气好转。

这是某公司经营企划部的员工在经营会议上使用的幻灯片。

景气不断恶化，销量提升困难，最近一段时间内看不到景气变好的迹象。目前企划部想要通过削减成本的方式来遏制收益的恶化。希望各部门能够理解削减成本的必要性。这就是这个员工想要表达的内容，很明确，但是不会让人心里一惊，也不容易吸引他人的注意力。

因此，这份企划案很有必要进行剧情化调整。我们可以思考能否将专有名词作为主语引入其中。

在第一句话中，“收益逐渐恶化”省略了主语“谁（的）”。在报告人看来，这份企划案是写给自己公司的员工看的，不用特地表明读者也能知道，因此没有将公司名写进去。

在这里加入“我们公司”、“本公司”等词汇确实也没有任何意义。

但是，如果将自己公司的名字作为专有名词加进来，这句话所指的场景一下子就变得清晰了起来。假设这个公司叫“杉野公司”，不妨直接把公司名加进去。这份子弹笔记中，“故事”的主人公是我们公司，自己也是其中的一个部分，这对读者来说更容易理解。

同样，第二句话中的“各部门”这个词（虽然用这个词表达很简洁，但是无法一下子戳中对方）在读者看来，仿佛是与自己无关的事

情。如果将各个部门的名字作为专有名词加进去，虽然会使句子变长，但是这些部门的人在看这份企划案的时候，会在看到自己部门名字的时候被惊到。因为他们会觉得自己就是执行这次成本削减的主人公。

具体来说，可以调整成下文所示的这种形式。

将主人公作为专有名词加入企划案的子弹笔记

经营课题和今后的发展方向

● 景气不断恶化，销量提升困难，杉野公司的收益逐渐恶化。

● 营业部、开发部、总务部、经营企划部，这些部门有必要削减成本，直到景气好转。

看这份企划案的营业部、开发部、总务部、经营企划部的员工们，在突然发现这是个自己担任主人公的“故事”时，应该会挺直腰板吧。

对这类子弹笔记进行剧情化调整时，使用专有名词很有效。尤其是在企划案和邮件中，因为在事前就明确地知道对方是谁，所以很容易引入能让对方联想到具体概念的专有名词，使之成为诱饵，吸引对方的注意力。

如果能让对方作为主人公在“故事”中登场，就更应该这样做了。

● 写出“对症下药”的子弹笔记

到目前为止，我们介绍了让子弹笔记剧情化的三个诀窍：写引导文、拆分MECE和使用专有名词。使用这些诀窍，我们就能将小A的子弹笔记改成下文这样。

通过剧情化进行调整

● 采取4个改善方法。

· 对于大型客户，邀请公司前辈协同谈判，提高销售单价。

· 对于中型客户，提出关联商品与单品的打包销售方案，提升销售数量。

· 对于小型客户，继续一直以来的方针，保持良好联络，促进销售。

· 对于极小型客户，继续一直以来的方针，保持良好联络，促进销售。

● 因此将销售业绩目标定为三亿日元的销售额。



● 销售业绩目标为三亿日元的销售额。

● 为了达到这个目标，将精力集中在以下两个改善方法上。

· 对于大型客户，邀请山田前辈协同谈判，提高销售单价。

· 对于中型客户，提出“Diamond·Maker”与单品的打包销售方案，提升销售数量。

调整前后的子弹笔记之间只有很细微的差别，但正是这细微的差别，导致两者在吸引对手的注意力方面有着天壤之别。

通过考虑对方所处的情境来设计子弹笔记的结构并进行剧情化调整，可以使对方充满兴趣地读到最后。就算是很短的文字，也能够富有魅力地向对方表达你想表达的内容。

只有深入了解对方的处境和想法，才能写出“对症下药”的子弹笔记。无论是使用写引导文、拆分MECE、使用专有名词中的哪一个诀窍，如果不提前了解对方的性格、兴趣、处境等信息，是无法实现剧情化的。

因此，在对子弹笔记进行剧情化调整的时候，有必要完整地了解一下对方的相关信息。

比如，在用子弹笔记写企划案的时候，你要了解受众是怎样的群体，如果有花名册，最好确认一下花名册的信息再设想他们会对什么感兴趣。再如，写邮件的时候，你要想象对方有多忙，他会在早中晚哪个时段抽空阅读这封邮件。当对方与公司内各部门进行沟通交涉，脑海中全是公司事务时，看到一封带有部门名字和员工名字等专有名词的邮件，可能就会将原本储存在脑海中的信息调出来辅助处理新信息，这封邮件就可能比我们预想得还要生动形象。

这就是只会墨守成规地写子弹笔记的人和善于将子弹笔记剧情化的人之间的根本差异。

“超级笔记术·子弹笔记”是为了打动人心而存在的笔记术。因此，我们必须事先了解对方的各种信息。

“超级笔记术·子弹笔记”不是为书写者存在的笔记术，而是为接收这些信息的接收者存在的笔记术。

写“超级笔记术·子弹笔记”，尤其是为了做到剧情化而设计诱饵的时候，试着自问自答吧。

写子弹笔记这件事是不是已经被目标化了？“想要做成什么”这个问题的答案是否明晰?

“超级笔记术·子弹笔记”既不是文字游戏，也不是单纯的技巧，而是要对接收者的信息进行彻底思考的一项工作。

4

信息化，提高子弹笔记的沟通效率

● 不写正确的废话

“超级笔记术·子弹笔记”的第三个要素是信息化。

在这里，我们也请小A来帮助我们进行思考。假设小A结束了在营业第一线的实习，被分配到了市场部。

市场部的惯例是公司新人要在第一次早会上做一个小演讲来介绍自己，表明自己的理想和信念。

因为早会的时间很有限，所以这个演讲的时长被规定为一分钟，还需要写一张子弹笔记式的幻灯片。听演讲的都是市场部的前辈，他们带着考察新人能力的心态来参加早会，想看看今年的新人里有没有比较能干的。

在学生时代，小A学过市场营销方面的知识，所以他很有自信地决定按照如下文所示的内容演讲。听了这个演讲，你猜市场部的前辈们会给予小A怎样的评价呢?

在这个以表明理想和信念为主要目的的演讲中，有能够显示出小A在大学里学习过市场营销知识的地方。要谈市场营销，就必须站在“顾客”的角度。小A在开篇第一句话里也写了“让客人喜欢”这样的关键词。

不合格的子弹笔记

我的保证，共6条

- 制造让客人喜欢的新商品
- 制造有差异化的新商品
- 制造体现自己信念的新商品
- 制造尽可能多的新商品
- 拼劲全力有效率地完成工作
- 对一切事情都尽力完成

但是，市场部的前辈们是一群精通市场营销并且经验丰富的实干精英。所以，他们很可能会觉得“这个演讲者不中用”。

● 一开始就要表明立场

为什么这么说？因为这份子弹笔记里没有新信息。小A写的这6条保证，乍一看有模有样的，但只是形式上有模有样而已。

因为他写的都是理所应当的事情，是所有在市场部工作的员工都在追求的目标。

小A写的子弹笔记无法打动前辈，因为没有需要他们重新进行信息处理的内容。

这些来听小A演讲的前辈们一直工作在市场营销一线，可以说是这一行的专业人士。这种千篇一律的内容不会让他们产生任何触动，甚至会在他们心中留下不好的印象。

对信息接收者来说，子弹笔记的内容要有信息处理价值，并且能打动人心。正因为能打动人心，才能够引导对方按我们的想法采取新的行动。

为了打动对方、使其按我们的想法行动而斟酌词句，我们把这个过程称为“信息化”。这也是打造打动人心的“超级笔记术·子弹笔记”的第三要素。

那么，实现信息化的必要条件是什么呢？

那就是表明立场。表明立场就是把自己的态度明确说出来——是赞成还是反对，是采用A方案还是B方案，是想要做这件事还是不想做。

在表明自己的立场时，也有几个技术性的诀窍。本书将着重介绍排除隐藏性重复内容、使用否定、使用数字这三个诀窍。

● 排除“隐藏性重复内容”

第一个诀窍是排除隐藏性重复内容。

所谓重复内容，就是像“给脸洗一下脸”、“头痛很痛”这种含义重复的表达方式。这样的表达使文章变得冗长，想必大部分人都不会写出这样的句子。

但是，不容易被发现的重复内容，即隐藏性重复内容，却很容易出现在很多人的子弹笔记中。

隐藏性重复内容是指文章里没有重复的语句，但是表达的某些内容是重复的，没有特地写出来的必要，也没有太大的意义。子弹笔记的信息含量是有限的，隐藏性重复内容不仅浪费了表达的机会，还会影响表达的效果。

在能够简短且富有魅力地表达的“超级笔记术·子弹笔记”里，我们必须排除这种隐藏性重复内容。

那么，隐藏性重复内容具体是指什么样的内容呢?

我以大家经常接触到的运动比赛为例。

比如，体育解说员在对有日本队参战的足球比赛进行解说时常常会说：“日本队很渴望进一个球。”从表面上看，这里没有重复内容。

但是，每个踢足球的人都希望能够进球。这是比赛的大前提，是理所应当的事情。所以，“日本队很渴望进一个球”这句话里没有任何新的信息。这就是隐藏性重复内容。

在体育赛事的解说里，有很多类似的隐藏性重复内容。

又如，在对棒球比赛进行解说时说“日本队这一回合也应该想要得分了”，也是犯了同样的错误，没有一个教练会把一个从一开始就不想得分的击球员送上场。

再如，在对橄榄球比赛进行解说时说“我们需要一个强有力的擒抱”——无论在什么情况下都不会有人觉得一个无力的擒抱也不错。

隐藏性重复内容只是把理所应当的事情说得冠冕堂皇，看起来像那么一回事而已。对信息的接受方来说，这样的内容没有任何意义。

我们重新回到公司新人小A的演讲子弹笔记上。

不合格的子弹笔记

我的保证，共6条

- 制造让客人喜欢的新商品
- 制造有差异化的新商品
- 制造体现自己信念的新商品
- 制造尽可能多的新商品
- 拼劲全力有效率地完成工作
- 对一切事情都尽力完成

在这6条内容中，虽然没有明显的重复内容，但是站在听众的角度来看，其中有没有理所应当的内容，即隐藏性重复内容呢?

第一条“制造让客人喜欢的新商品”看似很有道理。但是所谓的市场营销，可以被定义为“为了向客户提供价值而进行的各种活动”。因此，“制造让客人喜欢的新商品”这句话对市场部的前辈来说是无法否定的、理所当然的内容，不会让他们产生任何触动。

第三条“制造体现自己信念的新商品”这句话则是合格的。经常会有人因为太过在意为顾客提供价值这件事，而放弃自己的信念，制造出“妥协的产物”。所以，“制造体现自己信念的新商品”是新信息。

我们接着看其他的几句话。

第二条“制造有差异化的新商品”，对于企业来说，这么做是理所应当的，没有人会否定要制造有差异化的商品这件事，所以前辈们不能从这句话中找出任何有价值的信息。

第五条“拼劲全力有效地完成工作”，这一整句话都是隐藏性重复内容。谁也不希望小A不努力工作，再进一步说，工作的大前提就是拼命努力、追求高效，这是对每个员工的基本要求。

将这一点放在表明信念的演讲中没有任何意义，反而会让听众觉得听这样的演讲简直是浪费时间，令人难以忍受。

第六条“对一切事情都尽力完成”也是如此。其实表明理想信念这件事本来就是要告诉别人自己要尽全力工作。因此，这也是一句看起来有模有样，但实际上没有任何意义的话。

第四条虽然不是很明显，但也存在隐藏性重复内容。“尽可能”和“拼尽全力”一样，都是理所当然的内容。

说得极端一点，如果小A写“我不努力，但是……”这样的内容，反而能让对方在心里打个问号：“嗯，这人想要说什么？”

可见，小A表明理想信念的演讲里大都是隐藏性重复内容。如果将这些隐藏性重复内容去掉的话，会变成怎样呢？

原本的6条保证被缩减为两条，但是表明理想信念这件事并不是字越多越好。与其表达没有意义的内容，还不如不表达。把内容总结成关键点，至少能够让对方集中注意力。

通过排除隐藏性重复内容，可以让子弹笔记转变成能够触动人心的文字。

通过排除隐藏性重复内容进行调整

我的保证，共6条

- 制造让客人喜欢的新商品
- 制造有差异化的新商品
- 制造体现自己信念的新商品
- 制造尽可能多的新商品
- 拼劲全力有效率地完成工作
- 对一切事情都尽力完成



我的两条保证

- 制造体现自己信念的新商品
- 制造大量的新商品

● 看似有用的无用词

排除隐藏性重复内容，对企划案实现信息化十分有效。这是为什么？从企划案性质的角度来考虑问题，就能够找到答案。

企划案是由信息表达者主导的表达方式，其节奏也由信息表达者决定。

对企划案来说，每一个句子是否干净利落是成败的关键。因此，在对企划案进行信息化调整的时候，排除隐藏性重复内容这个方法就格外有效。

具体来说，企划案里经常出现的隐藏性重复内容都有哪些呢？其中很多是邮件和备忘录等其他表达方式中也经常会出现的内容，但在企划案里出现得更为频繁。

在充斥着唯心论的企业方针说明和经营战略发布中，我们经常可以看见各种隐藏性重复内容。

看似有用的无用词

●"改善……"

→ 没能够顺利完成，所以进行改善是理所当然的事情。

→ 如果只是表达"改善"这个动作而不向对方说明通过怎样的方式改善是没有任何意义的。

●"重新审视……"

→ 没能够顺利完成，所以重新审视是理所当然的事情。

→ 如果不向对方说明通过怎样的方式重新审视是没有任何意义的。

- **“推进……”**

→ 推进决定要做的工作是理所应当的事情。

→ 如果不向对方说明具体要怎么推进是没有任何意义的。

- **“将……做到最优”**

→ 尽可能做到最优是理所应当的事情，没有人不想做到最优。

→ 如果不向对方说明具体通过哪些行动来做到最优是没有任何意义的。

- **“保持……的平衡”**

→ 和“将…… 做到最优”一样，保持平衡是理所应当的事情。

→ 如果不向对方说明“怎样做才能保持平衡”是没有任何意义的。

- **“贯彻……”**

→ 如果能彻底执行，这样做是理所应当的事情。

→ 如果不向对方说明具体通过哪些行动来彻底执行是没有任何意义的。

- **“强化……”**

→ 和“贯彻…… ”一样，如果能进行强化，这样做是理所应当的事情。→ 如果不向对方说明具体通过哪些行动来实现强化是没有任何意义的。

- **“执行……”**

→ 执行是理所应当的事情。

→ 如果只是表达“执行”这个动作而不向对方说明通过怎样的方式来执行的话是没有任何意义的。

不合格的企业经营方针

经营方针说明会资料

中期的经营方针

- 改善公司的销售额
- 强化公司的各项事业
- 将压缩成本的构成做到最优
- 贯彻利益化
- 保持短期和长期之间的平衡
- 推进改革

如果是长期目标，考虑到时间跨度很长，是有必要重申这种理所当然的内容的。

但是对中短期经营方针来说，战略性很重要。在用语言来表现战略性的时候，企业需要清晰地表明自己的立场。如果一个企业的经营方针里全是含有隐藏性重复内容的句子，就说明这个企业存在问题。

要么是这个企业的经营方针里根本就没有战略，要么是企业有战略但是因为内容不具备表现力，所以企业的各部门不会积极行动。

也可能是这个企业将制定经营战略这件事，交给了有官僚主义想法的员工。这些员工因为害怕清晰地表明立场，转而选择保守的表达方式。

无论是哪一种原因，对企业来说都是问题。

前面我们提到企业在招聘人才时，面试官可以根据应聘者写子弹笔记的水平来判断其能力，这对进行招聘的企业来说也同样适用。企业印刷在招聘宣传册上、发布在企业网站上的经营方针等内容，也会因为用子弹笔记表达的水平高低而受到应聘者的评判。

我们在阅读那些写得冠冕堂皇的子弹笔记时，最好确认一下其中是否存在隐藏性重复内容。如果一家企业的经营方针里充满了隐藏性重复内容，那么它真的能够在中长期竞争中获得胜利吗？应聘者可以通过这样的自问自答，对招聘企业进行评价。

● 用“否定”来斩断退路

实现信息化的第二个诀窍是使用“否定”来斩断退路。

所谓使用否定来斩断退路就是“通过否定XX来更加明确地表达”。这种方式可以帮助我们更清晰地表达自己的立场。

我们以公司新人小B向上司汇报来年目标为例，对比一下普通表达方式与使用否定来明确表达的不同效果。下文为小B原来的子弹笔记。

不能传达意图的子弹笔记

- 提高工作效率
- 不回避冲突

这是一份只有两行文字的子弹笔记。看到第一行“提高工作效率”这句话时，上司可能会认为“这不是理所当然的事吗”，并进一步将其视为隐藏性重复内容。

但是，在某些情况下，小B原本想要表达的绝对不是隐藏性重复内容。

对公司新人来说，如果想要完成更多的工作，就得提高工作效率，或者延长工作时间。

如果这个新人曾经被指出存在“没有努力提高工作效率，总是通过延长工作时间来弥补”的问题，那么对他来说，“提高工作效率”不是延长工作时间，而是真正意义上的“提高工作效率”。对他来说这并不是理所应当的事情，也就不是隐藏性重复内容。

同样，对于第二条内容，在上司看来，小B写的“不回避冲突”有着“要与别人起冲突”的意思，上司可能会为此感到困惑。

但是在某些情况下，小B想要表达的并不是这个意思。

比如，在要表达自己意见的场合，如果对方是比自己职位高的人，公司新人很可能会为了避免出错而不表明自己的意见。

如果小B面临这种处境，“不回避冲突”清晰地表达了他坚持己见的决心。但是，令人遗憾的是，这样写子弹笔记，是无法表达出小B的真实想法的。

因为这两句话不能让对方理解小B的立场。

对于这种虽然对本人来讲并不是隐藏性重复内容，但是很可能被别人误会的内容，我给出的改善方案是“使用否定”。

我们在表达自己想做什么的时候，很容易不知不觉地就将焦点放在想做什么上，却忽略了思考不想做什么。其实我们可以通过强调不想做什么，更明确地向对方传达我们想做什么。

我们可以在小B的报告中加上这样的否定。

明确地表达不想做什么

- 不是延长工作时间，而是提高工作效率。

● 摒弃中庸的表达方式，不回避冲突。

通过这样的否定，小B就可以清楚地向上司传达自己“不延长工作时间”和“摒弃中庸表达方式”的态度了。

这样一来，上司应该会认真思考小B的目标，对小B的印象也可能会因此改变。上司可能会想“小B既然有这种觉悟，我也给他加加油吧”，并从此帮助小B达成目标，比如为了让小B提高工作效率而给他一些好的建议，或是当小B与周围的同事有意见冲突时给他一些支援。

有效地使用否定，可以让我们表明自己的立场，从而使子弹笔记实现信息化。这样的子弹笔记更容易打动对方。

接下来，我们再来看前文小A在市场部表明理想信念时的子弹笔记。

这份子弹笔记也有可以通过使用否定来明确表示自己立场的部分。

那就是原来的第三条——制造体现自己信念的新商品。

制造体现自己信念的新商品，这个句子缺少冲击力，而且别人不清楚小A是从怎样的背景和立场出发来说这句话的。

在这里，我们可以使用否定来明确地表明立场。

比如，小A想通过这句话表达的真正意图是，避免过分听从各种意见而制造出妥协的产物。进一步说，小A的本意是“不想完全按照市场调查问卷和顾客的反馈来制造商品”。

制造新商品，就是制造这个世界上还尚未出现的东西。就算通过市场调查问卷等方式来询问顾客的需求，我们也很少能够知道世界上尚未出现的潜在需求是什么。甚至连顾客自己也不知道自己的潜在需求是什么。但市场销售人员必须制造出符合客户需求的商品，这就会导致市场销售人员处于一种不确定的状态之中。

因此，即使是专业的市场销售人员，对于制造新商品这种在不确定状态下进行的工作，也很容易向多数人妥协，放弃自己最初的想法。但是这种方法既不能做出畅销商品，又会陷入同质化竞争。

小A想要表达的是自己不向市场的舆论妥协，而是瞄准市场的潜在需求来“制造体现自己信念的新商品”。

针对上述场景，我们可以将“不向市场的舆论妥协”这个否定句，加入第一条。

通过使用“否定”来改善

我的两条保证

- 制造体现自己信念的新商品
- 制造大量的新商品



我的两条保证

- 不向市场的舆论妥协，制造体现自己信念的新商品
- 制造大量的新商品

通过加入否定句，后半句的立场变得更加明确、更有感染力。

前辈们听了这样的演讲，可能会想“原来小A不是随波逐流的人，而是认认真真有自己想法的人，他知道市场营销成功的诀窍是不迎合市场的显性需求，不妥协地寻找市场的潜在需求”，对小A的评价也可能因此变高。这样的演讲还能让小A获得前辈们的帮助。

在想要明确地表明自己立场的时候，“否定”这个方法是非常有力的。否定使表达的内容更具感染力，从而引导对方思考并付诸行动。

● 索尼也是子弹笔记高手

有一些非常优秀的子弹笔记恰到好处地使用了“否定”这个技巧。索尼公司有一个流传很久的子弹笔记，叫“开发18条”。

索尼的“开发18条”

第1条 不是制造顾客想要的商品，而是制造对顾客有用的商品。

第2条 不是根据顾客的眼光而是根据自己的眼光制造商品。

第3条 不能根据可能性来决定项目的费用标准，而应根据必要性和必然性决定。

第4条 市场或许已经成熟，但是商品没有成熟之说。

第5条 未能成功的原因是能够成功的证据，最好找出失败的原因，并设法解决问题。

第6条 不要设法降低优质商品的价格，而应尽快制造优质商品。

第7条 商品的弱点一旦被克服，就会产生新的市场；如果进一步发扬优点，现有的市场就会扩大。

第8条 开动脑筋，就可以得到附加值。

第9条 不施行超出计划范畴的成本缩减。

第10条 由于动手晚而导致失败，就很难东山再起。

第11条 不畅销的商品不是价格昂贵就是质量差。

第12条 新的种子（商品）必须播种在能够成长的土地上。

第13条 开始注意其他公司的动向是失败的开始。

第14条 可能和困难都在可能的范围之内。

第15条 不能鲁莽行动，但多少要有一点儿蛮干精神，如果坚持下去，思想就会发生变化。

第16条 新的技术注定要被更新的技术取代。

第17条 市场不是调查出来的，而是创造出来的。

第18条 要用行动来证明自己。

索尼公司“开发18条”的优秀之处，在于它的信息化，尤其是“否定”的使用非常得当。

比如，在第1条里用“不是制造顾客想要的商品”，对仅追求显性需求这件事进行了否定。这样的否定使“而是制造对顾客有用的商品”这句话里暗含了“这个世界上尚未出现的潜在需求也应包含在内”这件事的重要性。

如果第1条只说“制造对顾客有用的商品”，很有可能会被视为在讲理所应当的事情。

同样，第2条、第3条、第17条也通过巧妙地使用“否定”，表明了自己的立场。

● 柔软的否定：比起A来B更好

对于使用否定来表达这一技巧，你会觉得能做到固然好，但是那种完全否定很难做到。

这时，我们可以不用“不是……”这种完全否定的表达方式，而是改用相对否定，即强调“通过比较，选择更好的那一方”这种表达方式，我们可以通过比较来体现出否定的语气从而表明立场。

比如，“比起A来B更好”这句话，用B比A更好来表明立场，但未必否定了A。

通过比较来实现否定（其一）

● 目前追求营业额



● 目前比起追求利润，更追求营业额

“目前追求营业额”这句话经常出现在发展中的企业的经营方针里。

但是，有些人看到这种表达可能会产生疑问：追求营业额不是理所当然的吗？所以在这里，我们就要通过比较来否定。

比如，试着加入营业额与利润的比较：比起追求利润，目前更追求营业额。

这样的比较能使表达效果更明确：“比起追求利润，更追求营业额，真是够大胆。这个战略是想让公司尽早成为业界第一，把竞争对手逐出市场，然后再来赚取利润。”这种表达方式能让读者立刻明白这篇子弹笔记想要表达什么。

通过比较来体现否定的语气，从而表明立场。要做到这一点，除了“比起A来B更好”之外，还有许多其他的表达方式。

● 柔软的否定：从A变成B

我们还可以用“从A变成B”的句式来代替简单的“变成B”的句式，通过加入原本的情况来形成比较，体现出否定语气。

从结果来看，“从A变成B”的句式能够让子弹笔记明确表达出“成为B”这层含义。

接下来，我们看一下“从A变成B”这种通过比较来体现否定，从而使子弹笔记实现信息化的案例。

通过比较来实现否定（其二）

- 从追求数量转变为追求质量

例文是一则企业标语，呼吁将企业的发展目标由追求商品的销售数量转变为追求商品的品质。

这则标语是20世纪90年代后半期由日本电报电话公司提出的。比起手机，当时更多的消费者在使用寻呼机。尽管当时的手机还是黑白屏幕，不能发邮件。但由于手机的销售情况不错，大家都预测未来5年手机的销售数量会增加。

但是，当时的日本电报电话公司考虑到之后大量手机上市可能引发的瓶颈，决定先发制人，制定了“追求商品品质”的方针。

随着这句简单易懂且有着明确立场的标语深入人心，日本电报电话公司也完成了从追求数量到追求质量的转变。

不想使用绝对否定的人，可以通过比较句式来表达否定。这种方式既缓和了语气，也能够清晰地表明我们的观点，使子弹笔记实现信息化。

● 把形容词和副词换成数字

信息化的第三个诀窍是用数字让子弹笔记更清晰。

尤其是在叙述“大小”等表示程度的内容时，使用数字后，内容会表达得更清晰。我们一般使用形容词和副词来表达程度，但是如果只用形容词和副词，这个“程度”就会因对方的解读不同而产生不同的答案。

也就是说，信息接收者需要花费脑力去解读“程度”以进行信息处理，而且可能会因为信息不够清楚而产生误解。如果我们将形容词和副词这种模糊的表达，换成明确的数字，对方就很容易理解你想表达什么了。

比如，在应聘时，学生经常会用下文的方式在简历中进行自我介绍。

学生的自我介绍

● 在学生时代，我做过为来日观光的外国游客提供翻译服务的志愿者，通过与许多外国人的接触交流，我锻炼出了与拥有不同价值观的人交流的能力。

● 同时，在学生时代，我创办过小型企业，设计过许多饭店的网站主页，成功使这些饭店获得了巨大的收益。

在这个自我介绍里，我们可以通过使用数字，轻松地使自己想要表达的内容更加鲜明。

在第一句话里，“许多”这个形容词可以换成数字。比如，换成“大约1 000位”，对方可能就会觉得“这个人的志愿活动坚持了这么长时间，可见他不是那种半途而废的人”，在面试的时候会更认真地听这个学生的讲述。

还有一个小技巧，不使用“大约”这种模糊的词语，而是用具体数字来表达，比如“1 047位”。因为像“大约1 000位”这种表达，很可能会出现在别的学生的自我介绍中。

但是，“1 047位”这种具体的数字，即使有数千位应聘者，跟别人重复的概率也很小。这种具体数字有一种强烈的专有属性。

我们可以通过这样的修改，使这个学生的形象更加立体鲜明，而其想要表达的内容也能够更精准地传达给对方。

同样，在第二句话中，“许多”和“巨大的”这两个词也可以换成数字。

比如，将“许多”换成“16家”，将“巨大的”换成“260万日元”。这样一来，对方就更容易把握内容的具体概念了。

对方可能会这么想：“这个人与16家饭店进行过沟通交流，可见他是个勤恳努力的人。”下文是改善后的自我介绍。

调整后的学生的自我介绍

● 在学生时代，我做过为来日观光的外国游客提供翻译服务的志愿者，通过与许多外国人的接触交流，我锻炼出了与拥有不同价

值观的人交流的能力。

● 同时，在学生时代，我创办过小型企业，设计过许多饭店的网站主页，成功使这些饭店获得了巨大的收益。



● 在学生时代，我做过为来日观光的外国游客提供翻译服务的志愿者，通过与1 047位外国人的接触交流，我锻炼出了与拥有不同价值观的人交流的能力。

● 同时，在学生时代，我创办过小型企业，设计过16家饭店的网站主页，成功使这些饭店获得了260万日元的收益。

我们可以看出，使用数字可以将内容更鲜明地传达给对方。

那么，小A表明信念的子弹笔记，是否也可以通过使用数字来对表达进行改善呢?

在小A的子弹笔记的第二句话里，有一个可以换成数字的形容词——大量的。

比如，这句话可以改成“在3年内制造5种以上的新商品”。

通过使用数字来改善

我的两条保证

● 不向市场的舆论妥协，制造体现自己信念的新商品

●制造大量的新商品



我的两条保证

- 不向市场的舆论妥协，制造体现自己信念的新商品
- 在3年内制造5种以上的新商品

通过使用数字，小A的决心就能够更生动地传达给对方。

作为听众的前辈们可能会觉得“在3年内做出5种新商品可不容易，为了实现这个目标他可能会遭遇不少挫折，我要不要给他加加油呢”。这些数字使听众对小A的目标有了具体的概念，因而更容易被其说服。

可见，使用数字能够使子弹笔记更清晰，是使子弹笔记实现信息化的诀窍之一。

● 用子弹笔记武装你的简历

我在前文中提到过，在其他国家，简历大多是用子弹笔记的形式来写的。在日本，也有人努力尝试用子弹笔记写简历。

但遗憾的是，大多数日本人不能很好地使用子弹笔记来写简历。那么，日本人写的子弹笔记式简历与其他国家流行的子弹笔记式有什么区别呢?

最大的区别就在于数字。

在硅谷，人们时常使用各种各样的子弹笔记来写简历。

海外简历中的子弹笔记

● 在B公司 担任市场部经理

2010年—现在

· 在5年时间里，将负责的商品的营业额由40亿日元提高到了100亿日元，增长了2.5倍。

· 每年负责对大约10亿日元的市场投资进行判断。

· 管理着一个由15人组成的市场营销团队。

.*****************

● 在A公司 担任副部长（主要负责广告宣传）

2002年—2009年

· 在7年间负责了两个新商品的广告宣传工作。

· 每年负责对大约2亿日元的广告宣传投资进行判断。

· 管理着一个由3人组成的广告宣传团队。

·******************

不同国家的简历格式标准不一样，但是子弹笔记的书写形式都是一样的。与日本不同，他们在写子弹笔记的时候，更倾向于使用数字。

尤其是“掌控的资金数额”、“担任管理职务，所负责团队的人数”、“营业额和盈利等金额”这三项数据，可以被视为海外简历中的三大数字。通过用数字对这几个关键点进行准确描述，能够使自己想要突出的重点变得更明确，因而更容易向对方传达。

顺便提一下，在很多国家，子弹笔记一般是按照时间顺序从近到远来书写。这与日本简历按时间从远到近的书写方式恰恰相反。

那么哪一种比较好呢?

其实如果对方不反感的话，应该按照时间顺序从近到远去写。

为什么呢? 这跟我在前文讲到的剧情化诀窍是一个道理：从“对方期待的答案”开始表述，更能吸引对方的注意力。毕竟，不会有“比起应聘者现在的工作，更想了解他过去的工作”的面试官吧。

基于上述分析，按照从远到近的时间顺序书写的日本式简历，可能会随着全球化的不断发展，最终被淘汰。

通过使用数字来使自己想要表达的内容变得清晰明确的，不只是简历，学生发给企业的应聘申请表也是如此。很多学生对自己的闪光

点并不清楚。这时不妨通过数字进行思考。那么，如何将自己的经历和经验数字化呢？这些数字适合运用于哪些指标呢？如果想将社交成绩作为个人宣传点，表达出自己在学生时代和多少人进行过有效交流就可以了。例如，“在4年时间里，认识了2 541人，与他们进行交流，从他们身上学到了很多”，面试官很可能会因此觉得“这个人挺认真的”。

将想要表达的内容用数字来进行思考，可以帮助我们重新审视自己拥有的闪光点。然后，将子弹笔记数字化，让我们想要传达的内容可以简短且富有魅力地传达，这使我们离拿到公司的录用聘书又近了一步。

● 不提“状态”和“期限”的目标都是假目标

在企业中，员工经常被要求确立自己的目标。近年来，大学里也要求学生树立自己的目标。这些几乎都是用子弹笔记来表达的。

但遗憾的是，大多数子弹笔记都不存在能够被称为目标的功能要素，它们仅仅是文字的罗列。

为什么这么说呢？因为这些子弹笔记里根本没有使用数字。而对于目标来说，数字是不可或缺的。

我经常在一些企业目标中看见“在全球范围内扩大公司业务”这样的表述。我承认这的确是企业应该追求的目标。将这句话作为企业理念或方针、任务，来强调企业的使命和责任是无可厚非的。因为这个目标是长期存在的，也是对企业员工的最低要求。

但是，如果将这句话作为企业目标就不合适了。企业目标应该表明“企业朝着什么方向，在何时，达成什么目标”这样的具体愿景，并将之与公司员工共享，鼓励大家朝着同一个终点，按照同样的步调前进，这样才能为企业带来向心力。

所以，为了让子弹笔记清晰地描绘出企业未来的样子，就必须明确这是“何时”的目标，需要做到“怎样”的程度。否则，员工很难理解自己需要向着怎样的方向努力，按照怎样的节奏行动。

所以，目标必须要有两个数字，一个表示状态，另一个表示期限。如果难以明确地用数字表达，用表示程度的词语，或者能够判断是否已经实现的表达方式也可以。

比如，“截至2030年，在全世界30个国家开展商业活动”，“在5年后成为全球范围内的业界第一”等。不论管理层再怎么宣传“在全球范围内扩大公司业务”这个目标，在工作在第一线的员工看来，每天工作中的判断和行动并没有什么可改变的。

但是，如果告诉他们“我们公司要在5年后成为全球范围内的业界第一”，一线员工的工作方式肯定会有所改变。

比如，人事部本来要录用国内大学的应届毕业生，但是知道这个目标之后，可能会转而录用海外的业界精英。因为应届毕业生还需要培训，不能在录用后直接成为企业的中坚力量，难以为企业在5年之后成为业界第一”这一目标助力。

又如，在商品制造方面，原本市场部一直在做国内市场调研，知道这个企业目标之后，就会转而将时间和资金用在海外市场调研上。因为只瞄准国内市场的需求来制造商品，很难走向国际市场。

无论什么目标，如果没有表明状态和期限的数字，那么这个目标就不具有向心力。发表这种冠冕堂皇却毫无意义的目标，只会让员工一头雾水。

当然，并不是只有组织才有所谓的目标。作为个人，我们拥有目标的另一种形态，那就是梦想。有的人会将自己想要实现的梦想作为鼓舞自己前进的动力，并将其明确地写成子弹笔记。

比起“总有一天要成为写小说的作家”，“5年后，要拿到文学杂志的新人奖”这个目标更加具体。有了这个梦想，你才会进一步思考“需要向哪个文学杂志投稿”，“曾经在那个文学杂志得奖的作品有什么共同点”等问题，才会为了实现它做更多的努力。最重要的是，你会开始思考什么样的作品才是自己想要写的。

那些说着“想要学好英语”，“有时间的话就学习”的人，到最后其实什么没也做。而明确表示“3年后，托业考试要拿到950分”的人，肯定在为自己的梦想努力着。

所以，请确认一下，你的目标和梦想中有没有表示状态和期限的数字？它是否只是一场不知终点在何方的赛跑？

让我们再回顾一下重点。

子弹笔记信息化的第三个诀窍是用数字来提升文章的清晰度。这个诀窍能让我们的子弹笔记向着简短且富有魅力地传达的“超级笔记术·子弹笔记”又近了一步。

● 真诚的子弹笔记最动人

到目前为止，我们已经介绍了对子弹笔记进行信息化调整的三个诀窍。

这三个诀窍分别是“排除隐藏性重复内容”、“使用否定”和“使用数字”。通过使用这些诀窍，我们可以将前文小A表明信念的子弹笔记改得更能打动人心。

原本的子弹笔记已将要点总结成了简短的几句话。但是表述得冠冕堂皇，含义也十分模糊，并不能打动人心。

我们通过运用这三个诀窍，能够使其含义更清晰，信息更明确，能更加简短且富有魅力地表达。

通过实现“信息化”来调整子弹笔记

我的保证，共6条

- 制造让客人喜欢的新商品
- 制造有差异化的新商品
- 制造体现自己信念的新商品
- 制造尽可能多的新商品
- 拼劲全力有效率地完成工作
- 对一切事情都尽力完成



我的两条保证

- 不向市场的舆论妥协，制造体现自己信念的新商品
- 在3年内制造5种以上的新商品

小A表明理想信念的演讲只有一分钟时间。因此，简短且富有魅力地表达非常重要。如果小A用一份不痛不痒、不会给人留下任何印象的子弹笔记去讲述，是非常可惜的。越是这种情况，越应该用“超级笔记术·子弹笔记”来简短且富有魅力地表达，将自己想要表达的内容充分地传递出来。

我们要通过表明立场、进行信息化调整来打动对方，引导对方为我们思考，进而为我们行动。

但是在现实生活中，充斥着缺乏信息的冠冕堂皇的子弹笔记。

这种子弹笔记所写的内容看起来那么理所当然，任谁也无法反驳。

比如，在听到“尽自己最大努力，高效率地完成工作”这句话时，谁也不会想要反驳。

因此，冠冕堂皇的子弹笔记，就成了那些想要应付一切的人的“武器”。

其实，最大的敌人不是周围的环境，也不是其他人，而是我们自己，是那个想要应付一切的自己。

在对子弹笔记进行信息化调整的时候，我们也需要扪心自问：有没有因为在意别人的眼光而选择逃避？

如果只是表达理所应当的事情，那么从一开始就没有表达的必要。正因为有想要传达给对方的内容，才将其写成了子弹笔记——用“超级笔记术·子弹笔记”来打动对方，让对方为你所动，助你抓住眼前的机会。

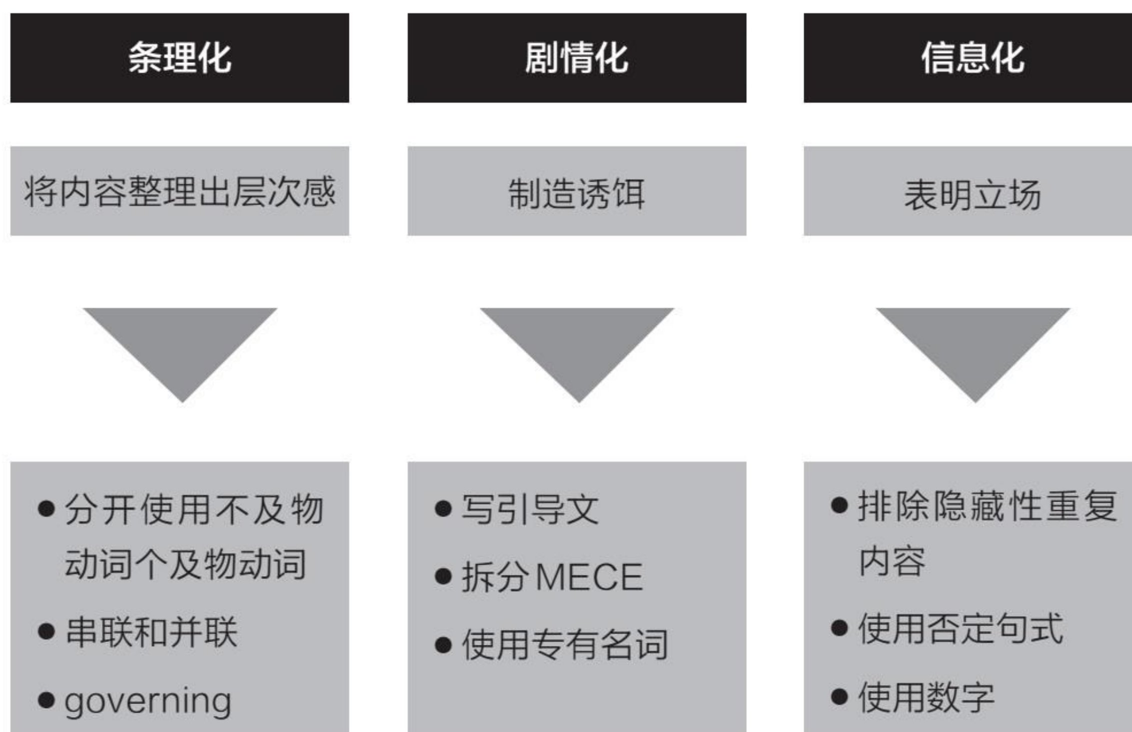
“超级笔记术·子弹笔记”可以说是一项能给世界带来改变的技能。同时，它也是一项能给自己的心灵带来改变的技能。

5
万物皆可“子弹笔记”

● 子弹笔记的三大要素

至此，本书对“超级笔记术·子弹笔记”的三个技术性构成要素，以及实现这三个构成要素的诀窍都进行了说明。我将其总结成图，再来回顾一下。

“超级笔记术·子弹笔记”的技术总结



很多子弹笔记仅停留在文字罗列的阶段，这样的子弹笔记并不具有表现力。要想将其改造成“超级笔记术·子弹笔记”，条理化、剧情化和信息化这三个要素是必不可少的。

实现“条理化”旨在让对方快速理解这个子弹笔记想要表达什么。无论子弹笔记的内容多么优秀，如果读者难以理解它，就不会想要读下去。一旦在阅读之初就被对方忽视，无论内容是什么，都将无法传达。因此，为了使对方能够快速理解子弹笔记想要表达什么，在进行条理化调整的时候，我们应对想要表达内容的主干和分支进行整理。

实现“剧情化”是为了让对方能够保持兴趣，将子弹笔记读到最后。因为即使对方有兴趣读子弹笔记，如果他没能被其吸引，在中途就失去了读下去的兴趣，那么这个子弹笔记同样是什么都无法传达的。因此，为了使对方能够保持兴趣读到最后，我们要根据对方所处的环境来安排子弹笔记的整体结构。

实现“信息化”意在让对方读完子弹笔记之后，内心会有所触动。如果对方读完子弹笔记之后，我们想要表达的内容没能成功地传达到他心里，那么这种表达依旧是无效的，因为它不会带来任何实际的改变。因此，为了让对方在读完之后有所触动，我们需要仔细推敲、打磨子弹笔记里的每一句话。

要做到这三点需要靠技巧，而不是感觉。

首先，要实现条理化，“将内容整理出层次感”是非常必要的。“分开使用不及物动词和及物动词”、“用串联和并联来梳理时间轴”以及“governing”这三个诀窍可以帮助我们做到这一点。

其次，要实现剧情化，制造“诱饵”不可或缺。“写引导文”、“拆分MECE”、“使用专有名词”这三个诀窍可以帮助我们成功制造“诱饵”。

最后，要实现信息化，必须要“表明立场”。“排除隐藏性重复内容”、“使用否定句式”、“使用数字”这三个诀窍可以帮助我们更好地表明立场。

学会了这些技术，无论是谁，无论是在何时何地，都能够将“超级笔记术·子弹笔记”运用自如。

● 用子弹笔记整理想法

我们掌握了“超级笔记术·子弹笔记”的书写方法之后，在写邮件、会议备忘录和企划案的时候，就可以很好地利用子弹笔记进行表达。这是“超级笔记术·子弹笔记”的常规使用方法。

除此之外，“超级笔记术·子弹笔记”还能应用于很多其他领域。接下来我将介绍如何对脑海中的思绪进行整理，使事情能够更简单地传达。

这个方法很简单：利用我们学到的“超级笔记术·子弹笔记”的书写方法，将想要表达的内容用子弹笔记的形式写成给自己的备忘录。。

如果是演示企划案，就以此为基础制作幻灯片。

如果是构想企划案，就以此为基础书写企划案。

如果是参加会议，就以此为基础写发言稿。

因为在写子弹笔记的过程中，你就已经对内容进行了信息处理，使梳理之后的内容变得十分简单易懂。

外资企业在开会时进行的“写故事线”活动，也属于子弹笔记的一种应用。

故事线是指企划案的内容大纲。即使不用子弹笔记来演示企划案，只是事先将故事线写出来，我们也能够通过整理脑海中的思绪，明确自己想要向对方表达的内容。明确了想要表达的内容之后，我们就可以将想要表达的点做成相应的幻灯片。

如果是经验丰富的顾问，即使在用子弹笔记演示企划案时，也会事先写好故事线。

● 用子弹笔记展现自我

学生在应聘的时候，如果遇到“制作幻灯片以展示自己的强项”这一问题，应该如何应对呢？其实在这种情况下，最好的办法不是一开始就去思考如何做幻灯片，而是先用子弹笔记将故事线写出来，再去制作幻灯片。

比如，某学生在去应聘之前，为了进行自我展示，写了下面这份子弹笔记。

在进行自我展示时使用故事线

● 我的强项在于“英语能力”、“国际感”这两点。

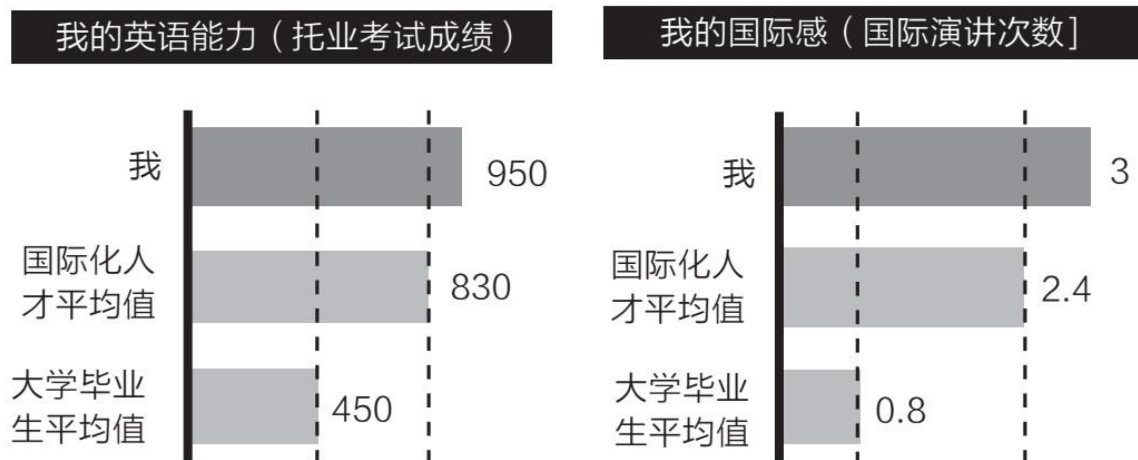
· 关于英语能力，我在托业考试中取得了950分。

· 关于国际感，我有过三次国际演讲的经验。

● 我的英语能力和国际感，是在大学时，通过留学和参与国际性的研究获得的。

该学生在第一句话里用到了governing这个技巧，在开篇说明自己有两个强项。紧接着在第二句话里，他将自己过去取得的成绩，作为能力的补充进行了解释，使自己的强项更具说服力。接下来，他试着将其做成了下面这份幻灯片。

将自己的强项做成幻灯片（其一）



幻灯片最上面的部分，叫作内容概要，这是他最想传达给对方的信息。

因此，我们在写内容概要的时候，应该把子弹笔记中每一部分的第一句话写进去，并且只写这一句，使幻灯片变成“一张幻灯片，一条信息”的形式。

这样幻灯片的内容概要就对应了子弹笔记相应部分的第一句话，即引导文。

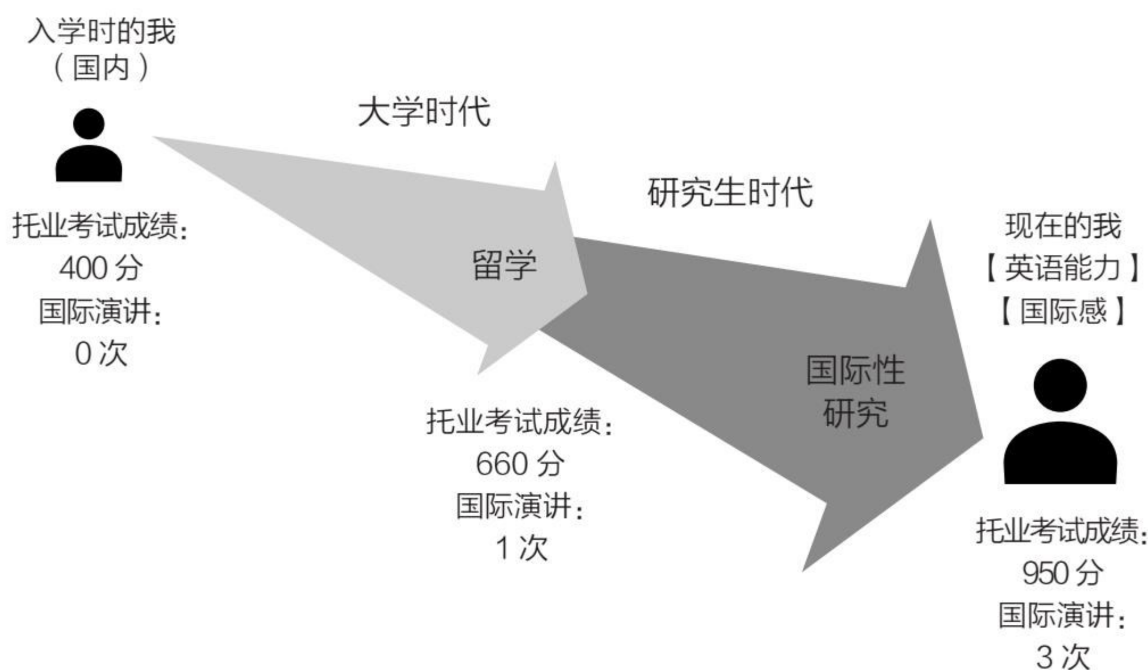
在上文的幻灯片里，“我的强项在于‘英语能力’、‘国际感’这两点”被当作内容概要。子弹笔记中“托业考试成绩”和“国际演讲次数”这些信息，则做成了图表。

而子弹笔记中没有第二层分项信息的部分，可以将内容概要做成下面这张图。

将自己的强项做成幻灯片（其二）

我的强项

我的英语能力和国际感，是在大学时，通过留学和参与国际性的研究而获得的。



通过这样的方式，我们就可以使幻灯片变得简单易懂。

在制作幻灯片的时候，经常会出现这种情况：制作者忘记了原本应该表达的内容，只写了“可以写的内容”和“容易写的内容”。也就是说，他把时间用在了制作好看的图片和表格上。

这样一来就本末倒置了。

为了避免这种情况出现，我们有必要用子弹笔记清晰地写出故事线，将应该表达的内容整理出来，再去制作幻灯片。

这样即使子弹笔记本身没有出现在幻灯片里，也能够将企划案的内容清晰地传达给对方。

● 用子弹笔记做PPT

经验丰富的经营顾问，在制作幻灯片（PPT）的时候，一定会事先写好故事线。除了用于学生的自我展示，子弹笔记的书写方式还可以用于商务场景。

接下来，我们看一下在写企划案这个场景中的故事创作。

比如，某公司人事部员工针对“公司职工对自己工作生活平衡的满意度很低”这一问题及其改善方法做了一个幻灯片。

在商业场景中应用故事线

● 在我们杉野公司，公司员工对自己工作生活平衡的满意度低于其他公司。

● 原因有三个。

· 没有弹性工作制等自由度较高的工作方式。

· 办公环境信息技术化不到位，办公花费时间较多。

· 对此负责的部长等管理层没有意识到这一点，一直对一线员工的工作方式中存在的问题放任不管。

● 因为有必要尽快解决，所以不安排问题的解决顺序，通过社长命令，同时解决所有问题。

针对这种情况，我们也是先从写故事线开始。然后制作相应的幻灯片。

当我们想要向对方传达的内容复杂且多样的时候，写故事这个方法尤为有效。

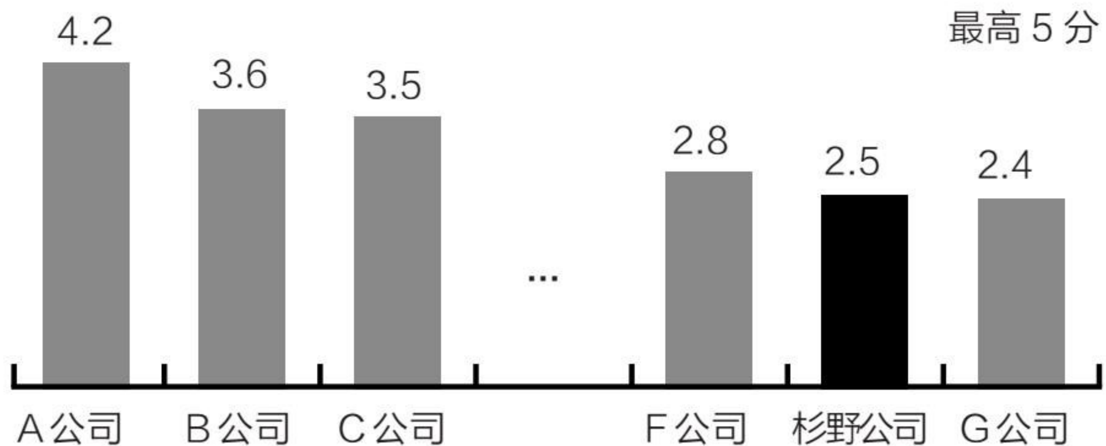
在做好幻灯片之后再思考还有哪些想要表达的内容，最后回过头来修改是很麻烦的。

不妨事先用子弹笔记写好故事情节，将最想要表达的内容整理到每段的开头位置。然后将其逐一插入每张幻灯片的内容概要的位置。

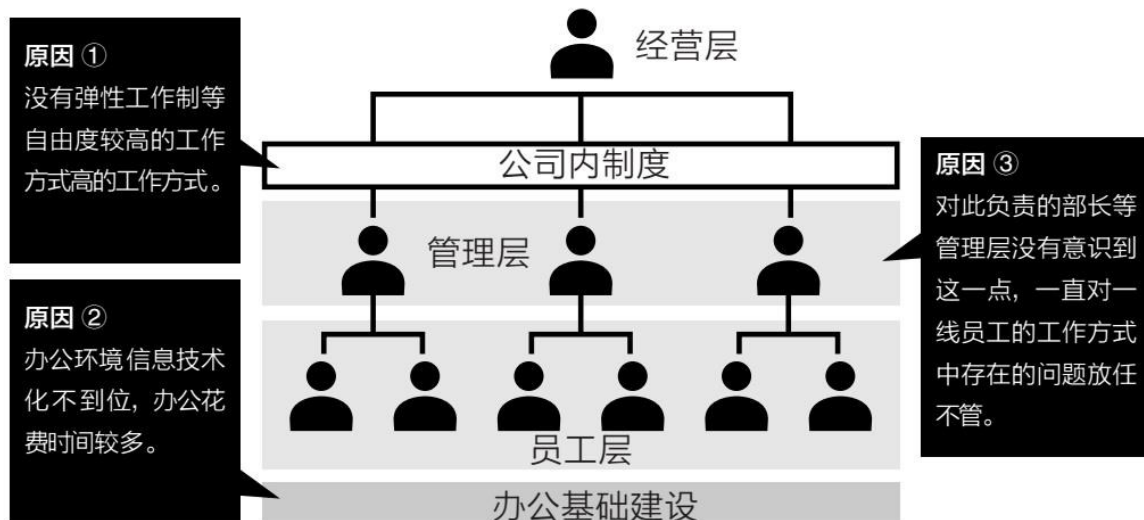
除了演示企划案，写企划书和报告书等场合也可以用这个方法。通过上述案例，你应该能够切实地感受到工作效率的提高。

将公司的问题做成幻灯片（其一）

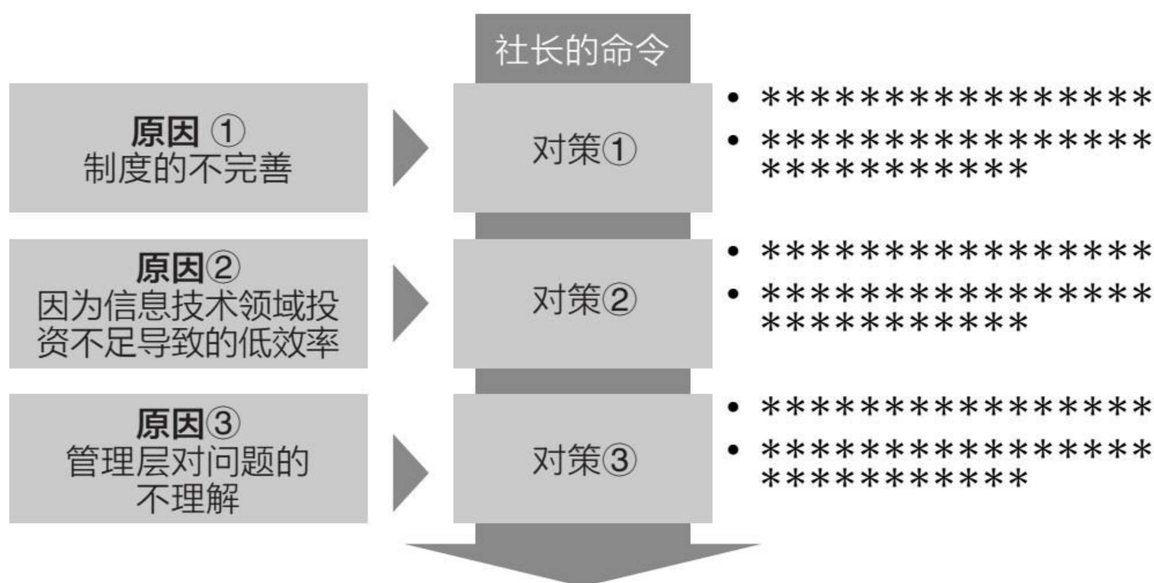
公司员工对自己工作生活平衡的满意度



将公司的问题做成幻灯片（其二）



将公司的问题做成幻灯片（其三）



● 用子弹笔记写文章

“超级笔记术·子弹笔记”还有一个活用方式，就是可以使我们写出更好的全面记述。

这里我们说的全面记述不是指读后感和随笔这类文章，而是指说明文这样的文章。子弹笔记的书写方式对说明文尤为有效。要想写出优秀的说明文，段落书写能力必不可少。

段落书写是指在写长文章的时候，将文章划分为几个段落，在每个段落的开头用一句话表明其段落主旨的书写方式。在进行段落书写时，“超级笔记术·子弹笔记”的思考方式非常有效。

优秀的说明文，其观点和逻辑都是十分清晰的；不合格的说明文，不仅因为全面记述的形式导致信息量过大，观点和逻辑也模糊不清。为了写出优秀的说明文，世界共通的诀窍就是段落书写。这个诀窍不管在商务世界中，还是学术世界中，都是世界通用的。

也就是说，将每一段开头的句子总结到一起，就是全文的概要。可能细心的你已经猜到了，这个全文的概要，和全文想要表达内容的“超级笔记术·子弹笔记”是大致相同的。

我们先将想要表达的内容用“超级笔记术·子弹笔记”整理，再将每个段落的第一句话放到说明文各个段落的开头，最后在每一段对开头文字进行说明和补充。

比如，想用全面记述的形式写如何提高橄榄球水平，我们可以将其总结成下面这份子弹笔记。

通过子弹笔记来书写文章段落

● 因为橄榄球世界杯的影响，橄榄球比赛变得备受瞩目。

● 为了使日本代表队变得更强，我们需要采取三个方法。

· 招聘经验丰富的教练。

· 海外招聘世界一流选手加入TOP LEAGUE

· 拓宽“粉丝”群体

● 对日本橄榄球界来说，在日本举办橄榄球世界杯正是开始采取对策的最好时机。

然后，将子弹笔记中每部分的第一句话，当作全面记述中每段的开头㊟。

对于子弹笔记中每个部分的第二句之后的内容，我们可以将其放在全面记述每一段换行的位置或是断句的位置。

具体来说，根据上文的子弹笔记写出的文章如下。

用段落书写技巧写成的全面记述

因为世界杯的影响，橄榄球比赛变得备受瞩目。在2015年英国举办的第8届橄榄球世界杯中，日本代表队表现突出。在那之前的7届世界杯中，日本代表队仅取得了1胜。但是在第8届橄榄球世界杯中，日本代表队取得了3胜。

为了使日本代表队变得更强，我们需要采取三个方法。虽然日本代表队在这次的橄榄球世界杯中表现活跃，但是4年之后还有下一

届世界杯。因此，有必要采取措施让日本代表队从现在开始变得更强。

首先，有必要招聘经验丰富的教练。在这次世界杯日本代表队的飞跃性进步的背后，是曾经的总教练埃迪·琼斯（Eddie Jones）的才能在发挥着作用。他给代表队安排了难度很高的练习，还积极地带他们参加海外训练和比赛。这些都是让日本代表队收获良多的事情。因此，很有必要下一次也聘请一位经验丰富的总教练。

其次，从海外招聘世界一流选手加入TOP LEAGUE也是很有必要的。对于成员几乎都来自TOP LEAGUE的日本代表队来说，TOP LEAGUE的水平与日本代表队的水平有着直接的联系。因此，有必要从澳大利亚、新西兰和南非等国家招募世界一流选手加入TOP LEAGUE。

最后，有必要拓宽“粉丝”群体。无论是对日本代表队的投资，还是对TOP LEAGUE的投资，资金都是必不可少的。因此有必要拓宽“粉丝”群体，让更多的人关注橄榄球比赛，让更多的人来球场观看橄榄球比赛。为此，日本橄榄球代表队应该积极配合媒体采访，多举办与“粉丝”进行交流的见面会等活动。

对日本橄榄球界来说，在日本举办橄榄球世界杯正是开始采取对策的最好时机。上述三个改善方法缺一不可。在未来的一段时间内，无论是相关人员还是“粉丝”，对橄榄球比赛的关注度都会提高。从现在开始到下届世界杯比赛还有4年时间，这4年不仅会影响日本代表队在比赛中的表现，更会左右日本橄榄球界的未来。

子弹笔记并不是只能以子弹笔记的形式表达，它也可以作为全面记述的书写技巧，帮助我们更好地表达。熟练运用段落书写这种技巧后，你就可以先将想要表达的内容写在各个段落的开头，然后根据情

况和整体脉络来灵活书写。但是，如果事先将在各个段落应该表达的内容总结成子弹笔记，则会使文章质量比原先更好。

---

1. 橄榄球队队名。——编者注

● 用子弹笔记写书

我在写这本书时，也是先用子弹笔记总结全部内容，之后才开始段落书写的。

我在企划初期所写的子弹笔记如下文所示。最初只是单纯的文字罗列，但是我在这个基础上进行了条理化、剧情化和信息化调整，在写作过程中又对内容和顺序进行了调整。

在企划初期关于本书内容构成的子弹笔记

● 写在前面

· 我觉得可能是因为最近的“沟通力”热潮，使得学生和职场人士中，好口才的人越来越多。

· 但是，很多人表达的内容是“语言清晰、意义不清晰”的。也就是说，虽然语句十分顺畅，但是别人无法理解这段话想表达的意思。

· 跟这样的人说：“刚刚你说的这段，能用子弹笔记的方式写下来吗？”让他将内容写在白板上或者邮件里。

· 这样一来，我们就能够明白为什么他说的话清晰明了，自己却无法理解他想表达的内容。

· 换言之，只要看这个人写的子弹笔记，就能够明白这个人的思想和表达水平。

· 在负责企业招聘的人中存在这样一类人，如果应聘者提供的简历中的子弹笔记写得不够好，他们多少会戴上有色眼镜看待这位应聘者。

· 在企业的企划书、大学生的论文中，因为“内容很优秀但是写得不够好”而导致别人降低对自己的评价的人不在少数。

· 也就是说，在所有地方，你的子弹笔记都在被别人评价着。子弹笔记的好坏，决定了你的人生。

· 本书将分享“超级笔记术·子弹笔记”的写作技巧。

· 大多数人都没能充分发掘子弹笔记的潜力。也就是说，子弹笔记是最平凡也最强大的工具。

· 因此，我想将不是简单的文字罗列，而是能够“简短且富有魅力”地表达的“超级笔记术·子弹笔记”介绍给大家。

重点在于，我不是一上来就直接开始全面记述，而是先将想要表达的内容以段落为单位写成子弹笔记，之后再去写全面记述。在开始写作之前做好准备，将想要表达的内容都整理妥当，之后才能够高效率地写作。

就算不用子弹笔记的方式进行表达，只要将想要表达的内容按照“超级笔记术·子弹笔记”的书写方式进行整理，这些内容就会焕然一新，能够被活用作段落写作的大纲。这样你不仅可以写出优秀的子弹笔记，还能够写出优秀的全面记述文章。

● 用子弹笔记提高英语水平

差不多是时候对本书进行总结了。

到目前为止，我对“超级笔记术·子弹笔记”的写作技巧进行了详细介绍，并给出了相应的练习。

掌握“超级笔记术·子弹笔记”，就可以做到简短且富有魅力地表达。

掌握“超级笔记术·子弹笔记”，就可以通过故事创作使制作幻灯片得心应手。

掌握“超级笔记术·子弹笔记”，就可以通过段落书写更好地写全面记述。

“超级笔记术·子弹笔记”是使所有沟通手段进步的基本工具。

很多人明明想要向对方传达信息，却被对方忽视，或被指出不足，导致信息传达失败。

“超级笔记术·子弹笔记”就是给这样的人的一张处方。

最后我还想说一点。大多数日本人英语都不是很好。越是英语不够好的人，越应该努力磨练自己写子弹笔记的能力。因为，在商业活动中，英语也是必不可缺的。

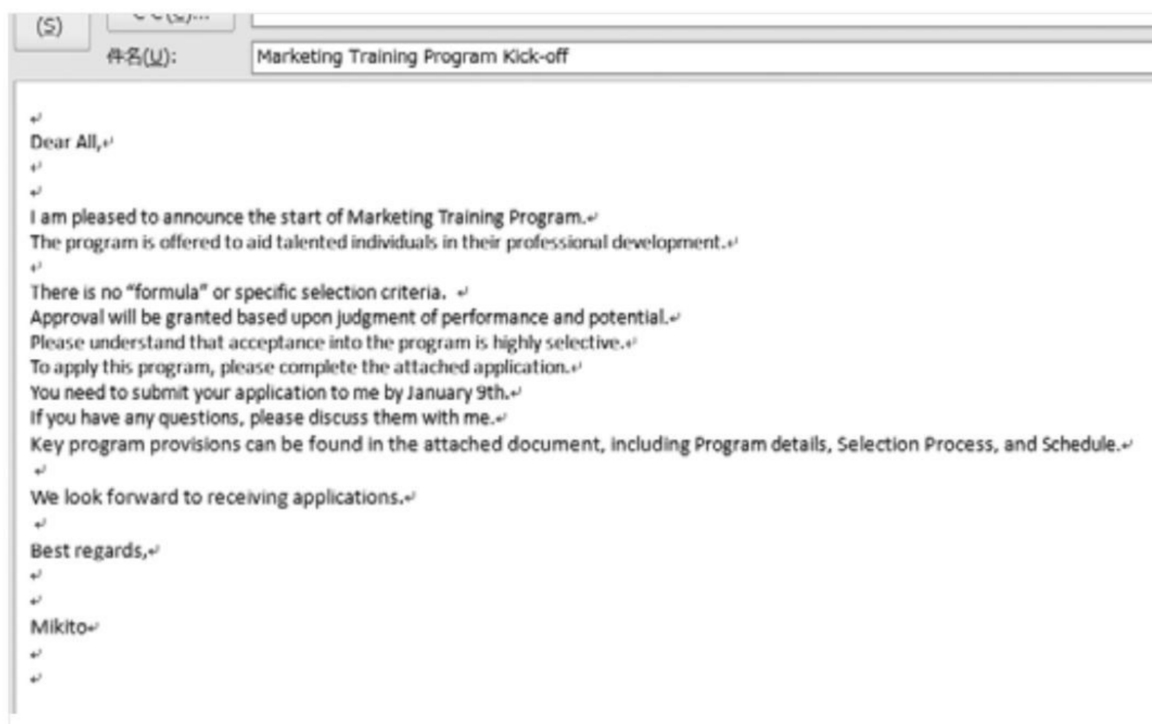
子弹笔记的书写格式在全世界都是通用的。因为子弹笔记缩减了信息量，即使是英语不好的日本人也能够用简短的英语为对方讲解。

我刚开始在硅谷工作时，在用英语交流的时候，我会比用日语的时候更多地使用子弹笔记。因为子弹笔记能够用简短的语言向对方准确地传达内容。

英语越不好，就越应该放弃用全面记述表达，因为用子弹笔记表达更容易将自己的想法传达给别人。

比如，你在公司人事部负责公司员工的培训工作，需要告知在海外工作的员工，你写了下面这封邮件。

呼吁参加公司员工培训的邮件截图（其一）



件名(U): Marketing Training Program Kick-off

Dear All,

I am pleased to announce the start of Marketing Training Program.
The program is offered to aid talented individuals in their professional development.

There is no “formula” or specific selection criteria.
Approval will be granted based upon judgment of performance and potential.
Please understand that acceptance into the program is highly selective.
To apply this program, please complete the attached application.
You need to submit your application to me by January 9th.
If you have any questions, please discuss them with me.
Key program provisions can be found in the attached document, including Program details, Selection Process, and Schedule.

We look forward to receiving applications.

Best regards,

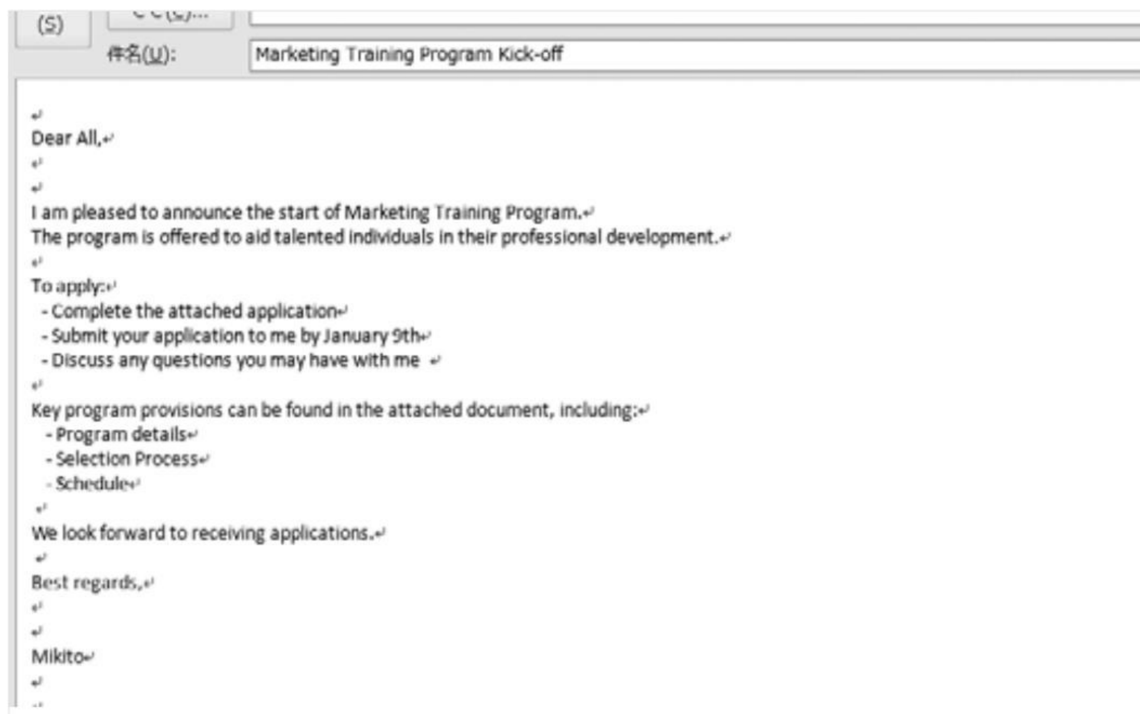
Mikito

如果对方对内容感兴趣，可能会阅读。反之，对方很有可能在浏览时因为没有一下子找到重点而放弃阅读这封邮件。

但如果写成下面这种形式呢?

虽然内容完全相同，但是子弹笔记更容易传达信息，尤其是它的条理化效果非常明显的时候。

呼吁参加公司员工研修用的邮件截图（其二）



件名(U): Marketing Training Program Kick-off

Dear All,

I am pleased to announce the start of Marketing Training Program.
The program is offered to aid talented individuals in their professional development.

To apply:
- Complete the attached application
- Submit your application to me by January 9th
- Discuss any questions you may have with me

Key program provisions can be found in the attached document, including:
- Program details
- Selection Process
- Schedule

We look forward to receiving applications.

Best regards,

Mikito

事实上，在世界各地都有分公司的全球化企业里，因为母语非英语的员工占了大多数，所以在公司内部的邮件中，为了便于双方理解，一般都是用子弹笔记写具体内容的。

子弹笔记运用得越自如，英语交流能力就能变得越强。“超级笔记术·子弹笔记”既是提高交流能力的入口，也是你走向世界的通行证。

只知道“超级笔记术·子弹笔记”的名字是非常可惜的。

只利用“超级笔记术·子弹笔记”来提高交流能力也是非常可惜的。

那么，就让我们磨练好自己写“超级笔记术·子弹笔记”的能力，向世界各地的人们表达我们想要表达的信息吧！

● 写在后面
是子弹笔记拯救了我

在日本，子弹笔记是被人们轻视的。这就是我在执笔写这本书的时候，对这个主题的认知。

对任何人来说，子弹笔记都是触手可及的东西。子弹笔记也是所有交流方式的基础。但是，没有人学习过如何写子弹笔记。从结果上来看，子弹笔记被人们轻视，它的功能没有得到充分的发挥。

我想在本书的最后讲讲自己的故事。我本人，被子弹笔记无数次地拯救过。

在英士国际商学院学习工商管理硕士课程时，对于工程师出身的我来说，所学的一切都是全新的，每一天都令我兴奋不已。但是那个时候，参与班级的课堂讨论对我来说真的非常吃力。不管是和曾是宝洁公司市场营销人员的朋友在市场营销课上进行课堂讨论；还是和曾是外资企业顾问的朋友在经营策略课上进行课堂讨论；抑或是和投资银行出身的朋友在金融学课上进行课堂讨论。

无论是专业知识还是实战经验，对于当时工程师出身的我来说，都是致命性的不足。

那个时候，是子弹笔记拯救了我。

我在硅谷与管理着500多人的企业家共事过。从他们的企划案里，我积累了子弹笔记的书写诀窍，并始终以子弹笔记的形式制作幻灯片。我的企划案一直备受好评。

那是我第一次亲身感受到子弹笔记的力量。如果那时没有子弹笔记，我在工商管理硕士课程中的学习生活大概会更加无趣吧。

就连外资企业的顾问也是子弹笔记的受益者。在报告书的开头，他们总是会用子弹笔记进行摘要总结。在那些子弹笔记里，流动着客户从过去到现在再到未来的所有想法，汇聚着饱含诚意总结而成的解决方法。

作为职业经营顾问，我遇到过各种各样的客户，与他们一起解决问题，共同分享喜悦。与此同时，这也让我不断地成长进步。

这些成绩都离不开简短且富有魅力地表达的子弹笔记。

现在除了作为外资企业顾问负责咨询工作，我还有幸在东京农工大学担任老师。

在我负责的关于演示企划案的课程中，在介绍幻灯片的制作方式和演示流程时，我特地将故事线的写作方法融入讲解。所谓的写故事线的方法，正是从子弹笔记开始的。没有什么比“学生们掌握了我教给他们的子弹笔记的书写方法，并在今后的工作生活中派上用场”更值得我开心的事了。

让掌握将子弹笔记变成能够简短且富有魅力地表达的“超级笔记术·子弹笔记”的人增多，哪怕只多一个也好。

这就是我现在最大的心愿。

这本书总结了我对子弹笔记这个主题的认识，能够将这些思考和书写方法总结成书，实在是非常幸运。

这本书起源于我给东洋经济新报社《Think!》杂志的投稿。

因此，我想感谢东洋经济新报社的藤安美奈子女士，感谢她给了我发表文章的机会。同时，我也想感谢东京农工大学的同事田山雄二先生。在一起讨论时，他从语言学角度给我的反馈十分珍贵。

我最想感谢的是，看了我的投稿，给了我出版机会的钻石社的中村明博先生。感谢中村先生对我的垂青，以及他在写作方面给予我的指导和反馈，还有他对于编辑图书的热情，如果没有这些，就不会有这本书的存在。

最后我要感谢我的妻子和女儿，是她们一直包容着四十几岁依旧我行我素的我，并乐在其中。